

Catalogue 87-203 Annual

Catalogue 87-203 Annuel

Government
Publications

3 1761 11730554 0



Periodical Publishing

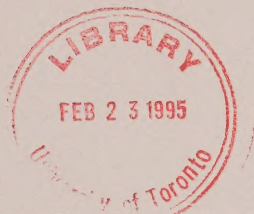
1992-93

Culture Statistics

L'édition du périodique

1992-93

Statistiques de la culture



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Cultural Industries Section,
Education, Culture and tourism Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 Telephone: (1-613-9951-6862) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montreal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll-free Order-only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Facsimile Number (1-613-951-1584)
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section des industries culturelles,
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-6862) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax	(1-902-426-5331)	Regina	(1-306-780-5405)
Montréal	(1-514-283-5725)	Edmonton	(1-403-495-3027)
Ottawa	(1-613-951-8116)	Calgary	(1-403-292-6717)
Toronto	(1-416-973-6586)	Vancouver	(1-604-666-3691)
Winnipeg	(1-204-983-4020)		

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Education, Culture and Tourism Division

Periodical Publishing

1992-93

Culture Statistics

Statistique Canada
Division de l'éducation, de la culture et du tourisme

L'édition du périodique

1992-93

Statistiques de la culture

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry,
Science and Technology, 1995

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

February 1995

Price: Canada: \$20.00
United States: US\$24.00
Other Countries: US\$28.00

Catalogue No. 87-203

ISSN 0847-1231

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, des Sciences
et de la Technologie, 1995

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Février 1995

Prix : Canada : 20 \$
États-Unis : 24 \$ US
Autres pays : 28 \$ US

N° 87-203 au catalogue

ISSN 0847-1231

Ottawa

Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Note: The sum of the items do not always add to the total due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **Kathleen K. Campbell**, Director, Education, Culture and Tourism Division
- **Barry Haydon**, Assistant Director, Culture Sub-division
- **Michel Durand**, Chief, Cultural Industries Section
- **Valerie Howe and Fidel Ifedi**, Project Managers, Periodical Publishing Survey

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

Nota : L'addition des postes ne correspond pas toujours au total en raison de l'arrondissement.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **Kathleen K. Campbell**, directrice, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme
- **Barry Haydon**, directeur adjoint, Sous-division de la culture
- **Michel Durand**, chef, Section des industries culturelles
- **Valerie Howe et Fidel Ifedi**, gestionnaires de projet, Enquête sur l'édition du périodique

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.



Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	7
Overview	9
Introduction	15
Additional Information	15
Other Data Source	16
Tables	

Aggregate Data

1. Number of Reporting Publishers and Reported Periodicals, 1988-89 to 1992-93	18
2. Revenues and Expenses of Periodicals, 1988-89 to 1992-93	18
3. Paid and Non-Paid Circulation Per Issue, 1988-89 to 1992-93	19
4. Total Circulation Per Issue by Method of Distribution, 1988-89 to 1992-93	19
5. Total Circulation per Issue by Category of Periodical, 1988-89 to 1992-93	19
6. Origin of Editorial Content and Artwork of a Typical Issue, 1988-89 to 1992-93	20
7. Number of Pages of Text (Editorial) and Advertising, and Weight of Periodical, 1988-89 to 1992-93	20
8. Single Copy and Subscription Prices of Periodicals and Advertising Rates, 1988-89 to 1992-93	21
9. Concentration Ratio (Share of Industry Revenue, Circulation, Employment), 1988-89 to 1992-93	21
10. Number of Employees, Salaries, Wages and Fees, 1988-89 to 1992-93	22

Breakdowns by Category

11. Revenues and Expenses of Periodicals, by Category of Periodical, 1992-93	22
12. Revenues and Expenses of Periodicals, by Language of Periodical, 1992-93	23

Table des matières

	Page
Faits saillants	7
Aperçu	9
Introduction	15
Renseignements supplémentaires	15
Autres sources de données	16
Tableaux	

Données agrégées

1. Nombre d'éditeurs répondants et de périodiques déclarés, 1988-1989 à 1992-1993	18
2. Recettes et dépenses des périodiques, 1988-1989 à 1992-1993	18
3. Tirage payé et tirage non payé par numéro, 1988-1989 à 1992-1993	19
4. Tirage total du numéro typique selon la méthode de distribution, 1988-1989 à 1992-1993	19
5. Tirage total du numéro selon la catégorie du périodique, 1988-1989 à 1992-1993	19
6. Source des textes et des illustrations du numéro typique, 1988-1989 à 1992-1993	20
7. Nombre de pages du matériel rédactionnel et publicitaire, et poids du périodique, 1988-1989 à 1992-1993	20
8. Prix des périodiques au numéro et à l'abonnement et les tarifs publicitaires, 1988-1989 à 1992-1993	21
9. Ratio de concentration (part du revenu de l'industrie, du tirage, de l'emploi), 1988-1989 à 1992-1993	21
10. Nombre d'employés, traitements, salaires et honoraires, 1988-1989 à 1992-1993	22

Données ventilées selon la catégorie

11. Recettes et dépenses des périodiques, selon la catégorie du périodique, 1992-1993	22
12. Recettes et dépenses des périodiques, selon la langue du périodique, 1992-1993	23

Table of Contents – Continued

	Page
13. Revenues and Expenses of Periodicals, by Province of Periodical, 1992-93	24
14. Profile of the Canadian Periodical, 1988-89 to 1992-93	25
15. Profile of the General Consumer Periodical, 1988-89 to 1992-93	26
16. Profile of the Special Interest Consumer Periodical, 1988-89 to 1992-93	27
17. Profile of the Business and Trade Periodical, 1988-89 to 1992-93	28
18. Profile of the Farm Periodical, 1988-89 to 1992-93	29
19. Profile of the Religious Periodical, 1988-89 to 1992-93	30
20. Profile of the Scholarly Periodical, 1988-89 to 1992-93	31

Breakdowns by Language of Publication

21. Profile of the English-Language Periodical, 1988-89 to 1992-93	32
22. Profile of the French-Language Periodical, 1988-89 to 1992-93	33
23. Profile of the Bilingual (English and French) Periodical, 1988-89 to 1992-93	34
24. Profile of the Other-Language Periodical, 1988-89 to 1992-93	35

Breakdowns by Region

25. Profile of the Canadian Periodical Published in the Atlantic Region, 1988-89 to 1992-93	36
26. Profile of the Canadian Periodical Published in Quebec, 1988-89 to 1992-93	37
27. Profile of the Canadian Periodical Published in Ontario, 1988-89 to 1992-93	38
28. Profile of the Canadian Periodical Published in Manitoba, 1988-89 to 1992-93	39
29. Profile of the Canadian Periodical Published in Saskatchewan, 1988-89 to 1992-93	40

Table des matières – suite

	Page
13. Recettes et dépenses des périodiques, selon la province du périodique, 1992-1993	24
14. Profil du périodique canadien, 1988-1989 à 1992-1993	25
15. Profil du périodique grand public, 1988-1989 à 1992-1993	26
16. Profil du périodique spécialisé destiné au grand public, 1988-1989 à 1992-1993	27
17. Profil du périodique d'affaires et professionnel, 1988-1989 à 1992-1993	28
18. Profil du périodique agricole, 1988-1989 à 1992-1993	29
19. Profil du périodique religieux, 1988-1989 à 1992-1993	30
20. Profil des revues savantes, 1988-1989 à 1992-1993	31

Données ventilées selon la langue du périodique

21. Profil du périodique de langue anglaise, 1988-1989 à 1992-1993	32
22. Profil du périodique de langue française, 1988-1989 à 1992-1993	33
23. Profil du périodique bilingue (anglais et français), 1988-1989 à 1992-1993	34
24. Profil du périodique édité dans une langue autre que l'anglais ou le français, 1988-1989 à 1992-1993	35

Données ventilées selon la région

25. Profil du périodique canadien publié dans la région de l'Atlantique, 1988-1989 à 1992-1993	36
26. Profil du périodique canadien publié au Québec, 1988-1989 à 1992-1993	37
27. Profil du périodique canadien publié en Ontario, 1988-1989 à 1992-1993	38
28. Profil du périodique canadien publié au Manitoba, 1988-1989 à 1992-1993	39
29. Profil du périodique canadien publié en Saskatchewan, 1988-1989 à 1992-1993	40

Table of Contents – Concluded

	Page
30. Profile of the Canadian Periodical Published in Alberta, 1988-89 to 1992-93	41
31. Profile of the Canadian Periodical Published in British Columbia, 1988-89 to 1992-93	42
32. Profile of the Canadian Periodical Published in Northwest Territories, 1988-89 to 1992-93	43

Graph

1. Advertising Sales and Periodicals Sales, 1988-89 to 1992-93	9
2. Advertising Revenues for General Consumer Periodicals by Language of Periodical, 1988-89 to 1992-93	10
3. Labour Force Patterns, 1988-89 to 1992-93	12
4. Profit Before Taxes of Periodicals, 1984-85 to 1992-93	13

Methodology and Data Quality	44
-------------------------------------	----

Definitions	45
--------------------	----

Other Definitions	46
--------------------------	----

Periodical Content Categories	48
--------------------------------------	----

Table des matières – fin

	Page
30. Profil du périodique canadien publié en Alberta, 1988-1989 à 1992-1993	41
31. Profil du périodique canadien publié en Colombie-Britannique, 1988-1989 à 1992-1993	42
32. Profil du périodique canadien publié dans les Territoires du Nord-Ouest, 1988-89 à 1992-1993	43

Graphique

1. Ventes d'annonces publicitaires et ventes de périodiques, 1988-1989 à 1992-1993	9
2. Ventes publicitaires pour les périodiques grand public selon la langue du périodique, 1988-1989 à 1992-1993	10
3. Effectifs, selon la catégorie de travailleurs, 1988-1989 à 1992-1993	12
4. Bénéfices avant impôts des périodiques, 1984-1985 à 1992-1993	13

Méthodologie et qualité des données	44
--------------------------------------------	----

Définitions	45
--------------------	----

Autres définitions	46
---------------------------	----

Catégories de contenu des périodiques	48
----------------------------------------------	----



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117305540>

Highlights

In 1992-93

- By shaving \$13 million from expenditures and increasing revenues by a similar amount, the periodical industry increased profits to \$46 million, more than double the slim profits posted in each of the previous two years.
- Subscription revenues accounted for much of the increase in revenues, advancing 11% to \$204 million. Advertising revenues totalled \$529 million, \$7 million less than the previous year. Revenues from single copy sales totalled \$57 million, \$1.7 million less than in 1991-92. Total revenues were \$852 million, an increase of 1.6% over 1991-92.
- Expenses were trimmed to \$806 million. The reduction occurred in non-salaried expenses which were reduced by \$19 million to \$610 million while wages and fees increased slightly.
- Full-time employment dropped 5% and part-time employment declined 9% while the use of unpaid staff and freelancers increased. Wages and salaries including professional fees increased 2% over 1991-92 totals to \$189 million.
- The number of periodicals published declined again in 1992-93 to 1,400. Circulation also declined significantly from 522 million to 504 million, a decrease of 4%. The decline in circulation was particularly pronounced for general consumer periodicals, with a decrease of 20% from 1991-92.

Faits saillants

En 1992-1993

- En réduisant ses dépenses de 13 millions de dollars et en augmentant ses recettes d'une somme comparable, le secteur de l'édition des périodiques a vu ses bénéfices monter à 46 millions de dollars, somme qui représente plus du double des maigres bénéfices enregistrés pour chacune des deux années précédentes.
- Les recettes des ventes par abonnement, qui ont progressé de 11 % pour atteindre 204 millions de dollars, expliquent une part importante de l'augmentation des recettes du secteur. Les recettes au titre des ventes de publicité s'élevaient à 529 millions de dollars, soit 7 millions de moins par rapport à l'année précédente. Les ventes au numéro représentaient 57 millions de dollars, ce qui marque un recul de 1,7 million sur l'année 1991-1992. Pour ce qui est des recettes totales, elles ont progressé de 1,6 % entre 1991-1992 et 1992-1993 pour atteindre 852 millions de dollars.
- Le secteur des périodiques a réduit ses dépenses à 806 millions de dollars. Cette réduction est attribuable à la baisse des dépenses non salariales, lesquelles ont été comprimées de 19 millions pour totaliser 610 millions de dollars. Les dépenses au titre des salaires et des honoraires ont pour leur part affiché une faible hausse.
- Il y a eu baisse de l'effectif des travailleurs à plein temps et à temps partiel (réductions de 5 % et de 9 % respectivement) et augmentation de l'effectif des travailleurs non rémunérés et des pigistes. Les salaires et traitements (en incluant les honoraires) ont augmenté de 2 % par rapport à 1991-1992 pour atteindre 189 millions de dollars.
- Le nombre total de périodiques publiés a encore diminué en 1992-1993 pour s'établir à 1,400. Les tirages ont également accusé des baisses importantes, passant de 522 millions d'exemplaires à 504 millions, ce qui marque un recul de 4 % sur l'année précédente. La baisse des tirages a été particulièrement importante parmi les périodiques grand public soit 20 % comparativement à 1991-1992.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

		Catalogue
Focus on Culture, <i>Quarterly</i>	La culture en perspective, <i>Trimestriel</i>	87-004
Sound Recording, <i>Annual</i>	L'enregistrement sonore, <i>Annuel</i>	87-202
Film and Video, <i>Annual</i>	Le film et la vidéo, <i>Annuel</i>	87-204
Government Expenditures on Culture, <i>Annual</i>	Les dépenses publiques au titre de la culture, <i>Annuel</i>	87-206
Heritage institutions, <i>Annual</i>	Les établissements du patrimoine, <i>Annuel</i>	87-207
Television Viewing, <i>Annual</i>	L'écoute de la télévision, <i>Annuel</i>	87-208
Performing Arts, <i>Annual</i>	Les arts d'interprétation, <i>Annuel</i>	87-209
Book Publishing, <i>Annual</i>	L'édition du livre, <i>Annuel</i>	87-210
Government Expenditures on Culture in Canada, <i>Occasional</i>	Dépenses publiques au titre de la culture au Canada, <i>Hors série</i>	87-517

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada seulement, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Overview of the Industry – Adjusting to Tough Times

Five years of adjustment

In 1992-93, costs were cut, employees augmented by freelance and non-paid staff, and both advertising rates and magazine prices increased. This allowed the industry as a whole to increase revenues marginally and profits more significantly notwithstanding reductions in both the amount of advertising and in circulation.

Analysis over a longer time span does not reveal a picture of steady growth but, rather, one of cuts, adjustment and restructuring. After five years of adjustment to tight discretionary spending and heightened competition for advertising revenue, the industry's revenues were only 1% higher than they were in 1988-89 while expenses were 1% lower.

Shifts in Advertising

Graph 1 illustrates the fluctuations in revenues from advertising and from circulation sales which contributed to the lack of significant growth in total revenues. The number of pages of advertising in all Canadian periodicals fell by 12% since records began

Bilan du secteur des périodiques : une dure période d'ajustement

Cinq années d'ajustement

En 1992-1993, les éditeurs ont réduit leurs coûts, ont accru leur effectif en ayant recours à des pigistes et à des travailleurs non rémunérés et ont augmenté leurs tarifs publicitaires et le prix des périodiques. C'est ce qui fait que le secteur dans son ensemble a enregistré un très léger accroissement de ses recettes et une augmentation plus importante de ses bénéfices, en dépit d'une baisse des ventes publicitaires et des tirages.

L'examen du secteur sur une plus longue période révèle non pas une croissance continue, mais coupures, ajustements et restructuration. De 1988-1989 à 1992-1993, les éditeurs ont coupé dans leurs dépenses discrétionnaires et se sont livré une concurrence de plus en plus dure pour augmenter leur part des recettes publicitaires. Mais, à la fin de cette période d'ajustement de cinq ans, les recettes globales du secteur n'étaient supérieures que de 1 % à ce qu'elles avaient été au début et les dépenses étaient inférieures de 1 %.

Déplacement des recettes publicitaires

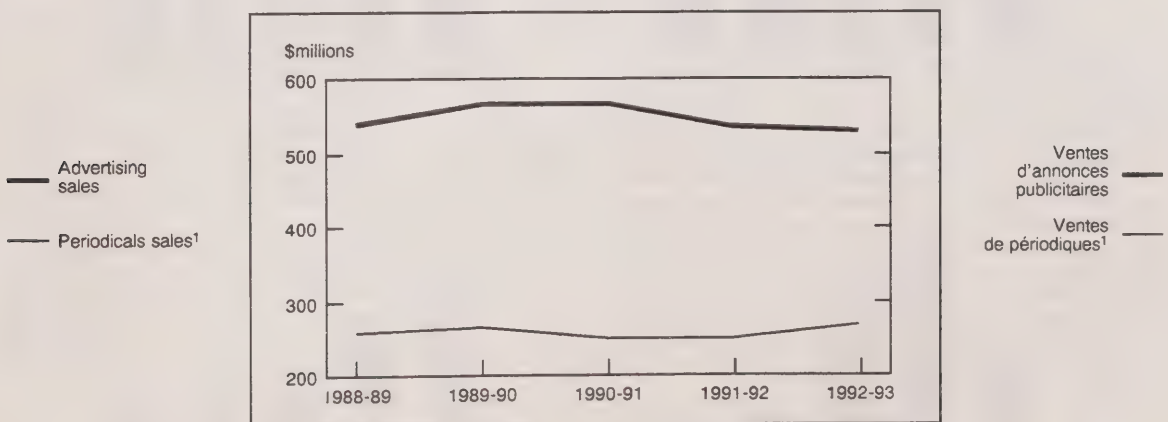
Comme le montre le graphique 1, l'absence d'une croissance sensible des recettes totales tient aux variations des recettes au titre de la publicité et des tirages. Depuis 1988, année où l'on a commencé à recueillir des données sur le secteur des périodiques, le nombre de pages de publicité

Graph 1

**Advertising Sales and Periodicals Sales,
1988-89 to 1992-93**

Graphique 1

**Ventes d'annonces publicitaires et ventes
de périodiques, 1988-1989 à 1992-1993**



¹ Includes single copy sales, Subscriptions sales and Back issues.

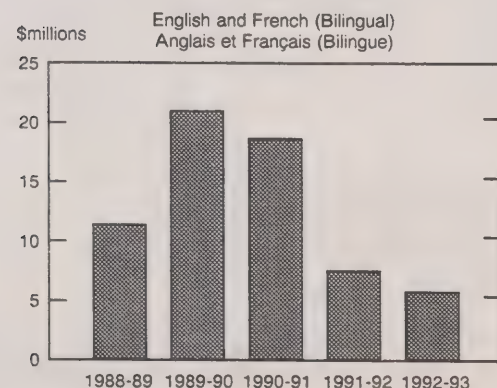
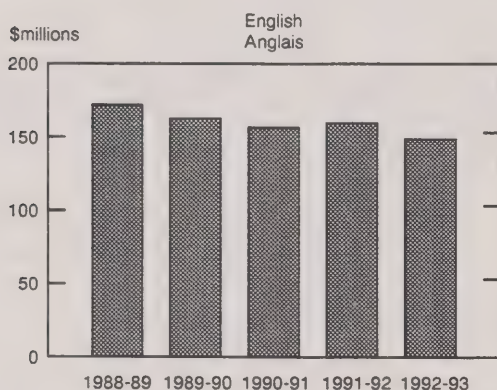
¹ Comprend les ventes au numéro, les ventes par abonnement et les anciens numéros.

in 1988. Consequently, advertising revenues for 1992-93 are below those earned in 1988-89 in spite of a 20% increase in the average rates charged for magazine advertisements over this five year period. Advertising revenues increased from \$538 million to \$566 million between 1988-89 and 1989-90 but decreased each year in the 1990s. In 1992-93 they were at a five year low of \$529 million.

General interest consumer periodicals were particularly subject to lost advertising revenues, with French, bilingual and other language general consumer periodicals losing advertising revenues much more dramatically than those in English (Graph 2). At the same time, regardless of whether they published in English or French, special interest consumer magazines and business periodicals garnered moderately increased advertising revenues. These two types of periodicals are highly reliant on advertising, 44% of special interest consumer periodicals and 33% of business periodicals were distributed free of charge to the consumer in 1992-93.

Graph 2

Advertising Revenues for General Consumer Periodicals by Language of Periodical, 1988-89 to 1992-93

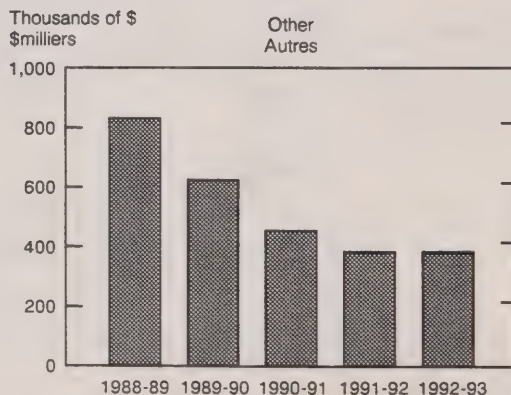
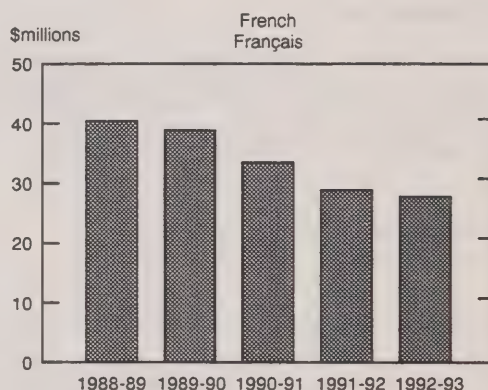


dans l'ensemble des périodiques canadiens a diminué de 12%. C'est en raison de cette baisse que les recettes publicitaires étaient moins élevées en 1992-1993 qu'en 1988-1989, et cela en dépit d'un accroissement moyen de 20 % du tarif publicitaire durant les cinq années considérées. Les recettes publicitaires sont passées de 538 à 566 millions de dollars entre 1988-1989 et 1989-1990, mais n'ont pas cessé de diminuer depuis. En 1992-1993, elles atteignaient leur plus bas niveau depuis cinq ans : 529 millions de dollars.

Ce sont les périodiques grand public qui ont été le plus touchés par cette baisse des recettes publicitaires. Plus précisément, les périodiques édités en français, en anglais et en français (bilingues) et dans une langue autre que l'anglais ou le français ont enregistré des pertes bien supérieures à celles des périodiques en langue anglaise (graphique 2). Par contre, durant la même période, les périodiques spécialisés destinés au grand public et les périodiques d'affaires, qu'ils soient édités en français ou en anglais, affichaient une hausse modérée de leurs recettes publicitaires. Ces deux catégories de périodiques dépendent dans une très large mesure des recettes publicitaires : en 1992-1993, 44 % des premiers et 33 % des seconds ont été distribués gratuitement.

Graphique 2

Ventes publicitaires pour les périodiques grand public selon la langue du périodique, 1988-1989 à 1992-1993



Concern has been raised about the potential diversion of advertising revenues from periodicals published in Canada with original content to regional editions of U.S. periodicals, known as split-runs, which tend to recycle editorial text. The Task Force on the Magazine Industry, which reported to the Minister of Heritage Canada in 1994, argued that any further loss of advertising revenues could have serious repercussions in the current economic and competitive context.

Circulation slips

Canadians continue to be avid magazine readers. The 1992 General Social Survey found that 82% of Canadians read at least 1 magazine a week. Over 500 million copies of over a thousand Canadian magazines are sold each year. Nonetheless, circulation slipped by 6% over the five year period between 1988-89 and 1992-93 from 531 million to 504 million copies. With the decrease in the number of periodicals, average circulation per periodical still declined but only by 4% while circulation per issue declined by 9%. Much of this decline in average circulation per issue occurred between 1991-92 and 1992-93 when there was a drop of 6% or 2 million copies. At the newsstand, average circulation per issue declined by 21%, from 3.2 million to 2.6 million, but subscription circulation per issue declined by only 4% from 19.7 million to 18.9 million.

Declines in circulation were particularly marked for general consumer periodicals. Total circulation for periodicals in this category decreased from over 300 million in 1988-89 to 218 million in 1992-93, a decrease of almost 30%. The number of general interest periodicals declined sharply from 283 to 162 between 1988-89 and 1992-93. Both advertisers and consumers may be increasingly seeking out the niche or 'narrow cast' choice in the periodical market.

Costs cut to below the 1988-89 level

In keeping with the slow-growth economy, periodical publishers trimmed expenses. Total expenditures for the industry in 1992-93 were less than the total for 1988-89. Expenses rose markedly between 1988-89 and 1989-90, remained high for the following year, but were then reduced sharply in 1991-92 and were further cut in 1992-93. Cost per copy also rose and then was reduced to \$1.60 in 1992-93 which is only 5% higher than it was in 1988-89. Simultaneously, magazine prices were increased by an average of 6% for single copies and 7% for subscriptions in each of the five years between 1988-89 and 1992-93.

Bien des gens craignent que les périodiques publiés au Canada et qui ont un contenu original ne se mettent à perdre des recettes publicitaires au profit d'éditions régionales canadiennes de périodiques américains (que l'on appelle souvent «éditions à tirage dédoublé»), dans lesquelles sont reproduits des articles rédigés aux États-Unis. Dans le rapport qu'il a présenté au ministre du Patrimoine en 1994, le Groupe de travail sur l'industrie canadienne des périodiques soutient que, si les périodiques canadiens continuent de perdre des ventes publicitaires, cela risque, dans le contexte économique et compétitif actuel, d'avoir de graves conséquences.

Baisse des tirages

Les Canadiens continuent d'être de grands lecteurs de revues. L'Enquête sociale générale de 1992 a révélé que 82 % des Canadiens lisaient au moins une revue par semaine. Chaque année, il se vend plus de 500 millions d'exemplaires de plus de mille revues canadiennes. Il n'en demeure pas moins que, sur la période de cinq ans comprise entre 1988-1989 et 1992-1993, les tirages des périodiques canadiens ont baissé de 6 %, passant de 531 à 504 millions d'exemplaires. Malgré la diminution du nombre de périodiques, le tirage moyen par périodique et le tirage par numéro ont tous deux baissé (de 4 % seulement dans le premier cas et de 9 % dans le second). C'est au cours de 1991-1992 et 1992-1993 qu'a été observée la plus forte baisse du tirage moyen par numéro : chute de 6 % ou diminution de 2 millions d'exemplaires. Dans les kiosques à journaux, le tirage moyen par numéro a diminué de 21 % (tombant de 3,2 à 2,6 millions d'exemplaires), alors que, dans le cas des abonnements, le tirage n'a régressé que de 4 % (glissant de 19,7 à 18,9 millions d'exemplaires).

La baisse des tirages a été très importante parmi les périodiques grand public. En 1988-1989, le tirage pour l'ensemble des périodiques dans cette catégorie dépassait les 300 millions d'exemplaires; en 1992-1993, il était tombé à 218 millions, ce qui constitue une baisse de près de 30 %. Le nombre de périodiques grand public est tombé de 283 à 162 entre 1988-1989 et 1992-1993. L'explication en est peut-être qu'annonceurs et consommateurs sont de plus en plus attirés par des créneaux spécifiques du marché des périodiques.

Coûts ramenés en-deça du niveau de 1988-1989

Dans ce contexte de faible croissance économique, les éditeurs de périodiques ont comprimé leurs dépenses. Les dépenses totales du secteur étaient inférieures en 1992-1993 à ce qu'elles avaient été en 1988-1989. Les dépenses ont beaucoup augmenté entre 1988-1989 et 1989-1990, sont demeurées élevées en 1990-1991, ont fait l'objet de coupures importantes en 1991-1992 et ont été comprimées à nouveau en 1992-1993. Le coût par exemplaire a également augmenté, puis, en 1992-1993, il a été ramené à 1,60 \$, somme qui n'est supérieure que de 5 % au coût en 1988-1989. Parallèlement, au cours de chacune des années de la période 1988-1989 à 1992-1993, le prix des revues a affiché une hausse moyenne de 6 % dans le cas des ventes au numéro et de 7 % dans le cas des abonnements.

Increased use of unpaid staff and freelancers

Between 1988-89 and 1992-93 the number of full-time staff was reduced by 9% and part-time staff were cut by 24%. These losses were largely adjusted for by the increased use of volunteers and freelancers. Small periodicals rely extensively on volunteers, owner-operators and other non-paid staff with many micro-magazines having no full-time staff. As Graph 3 illustrates, in 1992-93 the number of unpaid staff approached the number of full-time paid staff. Expenditures on salaries alone, and on salaries and fees combined, increased modestly over the five year period, while revenues expended for professional fees increased by 38% with an increase of 10% posted between 1991-92 and 1992-93.

Graph 3

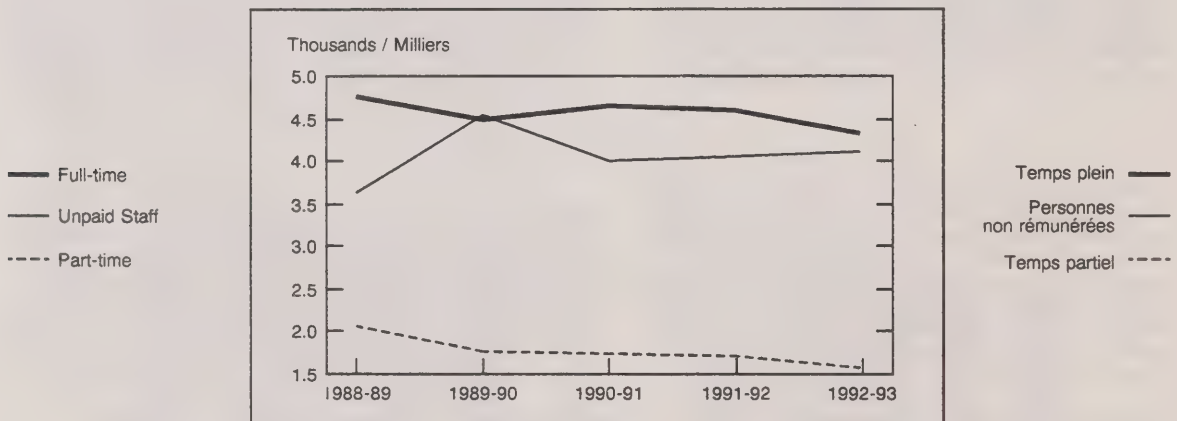
**Labour Force Patterns,
1988-89 to 1992-93**

Recours accru aux travailleurs non rémunérés et aux pigistes

Entre 1988-1989 et 1992-1993, l'effectif à plein temps a été réduit de 9 % et l'effectif à temps partiel, de 24 %. Ces pertes ont été largement compensées par l'augmentation de l'effectif des bénévoles et des pigistes. Le personnel des petits périodiques est essentiellement composé du propriétaire, de bénévoles et d'autres travailleurs non rémunérés. De nombreux micro-magazines n'ont même pas de personnel à plein temps. Comme le montre le graphique 3, en 1992-1993, l'effectif des travailleurs non rémunérés était presque aussi nombreux que celui des travailleurs rémunérés à plein temps. Les dépenses pour les salaires uniquement et pour les salaires et les honoraires n'ont que légèrement augmenté au cours des cinq années considérées. Par contre, lorsque l'on considère les honoraires seulement, on constate une augmentation de 38 % sur la période et de 10 % entre 1991-1992 et 1992-1993.

Graphique 3

**Effectifs, selon la catégorie de travailleurs,
1988-1989 à 1992-1993**



Uncertain Outlook

Over the five year period beginning in 1988-89 the number of periodical publishers, the number of periodicals, and the number of issues have all diminished gradually but steadily. Expenses have been cut significantly after an increase between 1988-89 and 1989-90. Circulation, revenues and profits have been more uneven. Profits over the previous 10 years have seen sharp fluctuations (Graph 4). This, in itself, is problematic for the industry. Another indication which may warrant concern is the great variation in profit figures for magazines published in different languages, in small and large provinces, and for different readerships. Those concerned about the health and vitality of Canadian periodicals will continue to monitor the interaction between market

Avenir incertain

Dans les cinq années suivant 1988-1989, le nombre d'éditeurs de périodiques, le nombre de périodiques et les tirages ont tous enregistré des baisses progressives, mais constantes. Après avoir augmenté entre 1988-1989 et 1989-1990, les dépenses ont accusé de fortes baisses. Pour ce qui est des chiffres relatifs aux tirages, aux recettes et aux bénéfices, ils mettent en évidence des variations encore plus importantes. Au cours des dix dernières années, les bénéfices ont beaucoup fluctué (graphique 4). À elle seule, cette fluctuation pose un problème pour le secteur des périodiques. Autre source d'inquiétude, les écarts considérables de bénéfices réalisés selon que le périodique est édité dans une langue plutôt qu'une autre, dans une petite province plutôt que dans une grande et pour un public plutôt qu'un autre. Les personnes que préoccupent la santé et la vigueur du secteur

size and revenues, the allocation of advertising revenues, as well as the use of new technologies and other trends which may affect the development, or shrinkage, of the periodical industry.

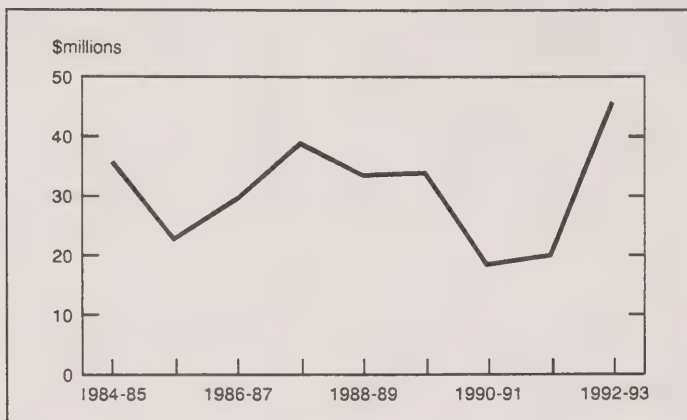
des périodiques au Canada vont continuer de surveiller l'interaction entre les parts du marché et les recettes, la répartition des recettes publicitaires, l'utilisation des nouvelles technologies et les autres tendances dont peut dépendre l'essor ou le recul du secteur des périodiques.

Graph 4

**Profit Before Taxes of Periodicals
1984-85 to 1992-93**

Graphique 4

**Bénéfices avant impôts des périodiques,
1984-1985 à 1992-1993**



Introduction

Statistics Canada has conducted an annual census survey of individual periodicals since 1984. Statistics contained in this publication present the results of the survey of periodicals published in Canada during the year 1992-93 whose characteristics match the survey definition of a periodical (see Methodology and definitions). The population thus identified is made up of 1,444 periodicals of which 1,400 completed the survey.

The purpose of this survey is to obtain and release data which will provide users (federal and provincial governments, industry associations, researchers, etc.) with the information required to monitor the development of the industry and to assist in the review of policies and programs.

To reflect the various data needs of users, the format of this publication has been revised to include five years' trend data. The publication also contains vital industry indicators and ratios such as the concentration ratio, paid and controlled circulation, number of pages of advertising and of editorial text, average single-copy and subscription prices of periodicals, average advertising rates, cost per copy, number of employees, revenue and expenses and profit before taxes.

The publication contains regional/provincial profiles summarizing these statistics as well as profiles based on the language and type or category of periodical.

Additional Information

The *Focus on Culture* (Catalogue No. 87-004) contains a variety of articles on the cultural industries, cultural participation and the cultural labour force largely derived from data in the culture surveys.

Readers who would like further information on the Periodical Publishing Survey may contact the Project Managers, Valerie Howe and Fidel Ifedi at (613) 951-1562, Education, Culture and Tourism, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6. Custom tabulations can be provided on a cost-recovery basis. Inquiries may also be directed to Statistics Canada's regional offices.

Statistique Canada effectue chaque année depuis 1984 un recensement des périodiques édités au Canada. Il s'agit de l'Enquête sur l'édition du périodique. Les résultats que nous présentons dans cette publication portent sur les périodiques qui ont été édités au Canada en 1992-1993 et qui correspondent à la définition donnée dans l'Enquête au terme «périodique» (voir Méthodes et définitions). Sur une population 1,444 périodiques, des questionnaires ont été remplis pour 1,400.

Cette enquête a pour objet de fournir aux utilisateurs (État fédéral, provinces, associations professionnelles, chercheurs, etc.) les données dont ils ont besoin pour suivre l'évolution du secteur des périodiques et pour évaluer les politiques et les programmes qui touchent ce secteur.

Afin de mieux répondre encore aux différents besoins des utilisateurs, nous avons modifié cette publication pour y inclure des données chronologiques portant sur une période de cinq ans. Nous présentons en outre des indicateurs et des ratios clés, par exemple ratio de concentration, tirage payé et tirage non payé, nombre de pages de publicité et de texte, prix moyen au numéro et par abonnement, tarif publicitaire moyen, coût par exemplaire, nombre de salariés, revenus et dépenses et bénéfices avant impôt.

Enfin, la publication contient des profils provinciaux et régionaux résumant les statistiques ci-dessus de même que des profils de la répartition des périodiques selon la langue et le genre de publication.

Renseignements supplémentaires

La publication qui s'intitule *La Culture en perspective* (n° 87-004 au catalogue) contient des articles variés sur les entreprises et la main-d'œuvre dans le secteur de la culture de même que sur la participation aux activités culturelles. Les données présentées dans cette publication proviennent, pour la plupart, des enquêtes culturelles.

Les lecteurs qui voudraient en savoir davantage sur l'Enquête sur l'édition du périodique peuvent communiquer avec les gestionnaires de projet, Valerie Howe et Fidel Ifedi, en appelant au (613) 951-1562 ou en écrivant à l'adresse suivante : Éducation, Culture et Tourisme, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6. Des totalisations spéciales sont offertes aux utilisateurs selon la formule du recouvrement des coûts. Les utilisateurs peuvent également adresser leurs demandes de renseignements aux bureaux régionaux de Statistique Canada.

Other Data Sources

Information on periodical publishing can also be found in other Statistics Canada sources:

Family Expenditure: Catalogues 62-551 and 62-555, Family Expenditure in Canada (Occasional). This report provides a summary of family expenditures by family type, family income, age of head of family, province, etc., including average family expenditure on magazines/ periodicals.

Manufacturing Survey: Catalogue 36-251, Printing, Publishing and Allied Industries (Annual). It provides annual data on inventories, shipments, value added, employment and revenues (sales and advertising revenues) of establishments involved in newspaper and periodical publishing, printing and related activities. This survey differs from the periodical publishing survey in the population surveyed and the type of information collected. The manufacturing survey is an establishment based survey, while the periodical publishing survey is a title survey of periodicals. The manufacturing survey does not collect cultural information such as Canadian content of editorial text and artwork, or circulation by language of publication. Most of the financial information collected by the manufacturing survey is not at the level of the periodical.

International Trade: Information on the importing and exporting of periodicals/magazines is compiled by Statistics Canada from import and export documents collected by the Custom and Excise section of Revenue Canada. This data is contained in the following publications:

Catalogues 65-004 (Monthly) and 65-202 (Annual), Exports: Merchandise Trade. It shows summary and detailed quantity and value of exports by commodity type and country of destination.

Catalogues 65-007 (Monthly) and 65-207 (Annual), Imports: Merchandise Trade. It gives a summary and detailed quantity and value of imports by commodity and country of origin.

For custom duty purposes, imports are recorded at values established according to the provisions of the Custom Act. These provisions require the value for duty of imported goods to be equivalent to the actual price paid for the goods. Exports are recorded at the values declared on exports documents, which usually reflect actual selling price or, in the case of non-arm's-length transactions, the transfer price used for company accounting purposes.

Autres sources de données

Voici d'autres publications de Statistique Canada qui contiennent des renseignements sur le secteur de l'édition des périodiques au Canada :

Dépenses des familles : n° 62-551 et 62-555 au catalogue, Dépenses des familles au Canada (occasionnelle). Cette publication résume les données sur les dépenses des familles, dont les dépenses pour l'achat de revues et de périodiques, selon la situation familiale, le revenu de la famille, l'âge du chef de famille, la province, etc.

Enquête sur les manufactures : n° 36-251 au catalogue, Imprimerie, édition et industries connexes (annuelle). Chaque année, cette publication présente des données sur les inventaires, les livraisons, la valeur ajoutée, l'effectif des travailleurs et les recettes (ventes et recettes publicitaires) d'établissements oeuvrant dans le domaine de l'édition des journaux et des périodiques, dans le domaine de l'imprimerie et dans les domaines connexes. L'Enquête sur les manufactures se distingue de l'Enquête sur l'édition du périodique en ce que la population que l'on y étudie et le genre de données recueillies ne sont pas les mêmes. L'Enquête sur les manufactures porte sur les établissements, tandis que l'Enquête sur l'édition du périodique porte sur les périodiques. L'Enquête sur les manufactures ne recueille pas de données d'ordre culturel, comme le contenu canadien des textes et des illustrations ou le tirage selon la langue du périodique. Le gros des données financières recueillies dans l'Enquête sur les manufactures le sont à un niveau d'agrégation moins fin que celui des périodiques.

Commerce international : Statistique Canada compile des données sur l'importation et l'exportation de magazines et de périodiques en se fondant sur les documents d'importation et d'exportation que reçoit le secteur Douanes et Accise, de Revenu Canada. Ces données sont présentées dans les publications suivantes :

Nos 65-004 (mensuelle) et 65-202 (annuelle) au catalogue, Exportations : commerce de marchandises. Ces publications contiennent des données sommaires et des données détaillées sur la quantité et la valeur des exportations, selon le genre de produit et la destination.

Nos 65-007 (mensuelle) et 65-207 (annuelle) au catalogue, Importations : commerce de marchandises. Ces publications contiennent des données sommaires et des données détaillées sur la quantité et la valeur des importations selon le genre de produit et le pays d'origine.

Pour les besoins de l'établissement des droits de douane, les importations sont calculées selon les valeurs établies conformément aux dispositions de la *Loi sur les douanes*. Aux termes de la Loi, la valeur imposable des marchandises importées doit correspondre au prix réellement payé. Les exportations sont évaluées ou enregistrées selon la valeur déclarée dans les documents d'exportation; il s'agit habituellement du prix de vente réel ou, dans le cas d'entreprises affiliées, du prix de transfert adopté par les sociétés à des fins comptables.

The Canadian International Trade Classification codes for periodicals/magazines are:

49.02	Newspapers, journals and periodicals whether or not illustrated or containing advertising material
4902.1	Newspapers, journals and periodicals appearing at least four times a week
4902.90	Other newspapers, journals and periodicals
4902.90.00.10	Newspapers
4902.90.00.20	Journals and Periodicals

Prior to 1988 different five-digit codes were used for periodicals/magazines; the codes were 891-19 and 891-29.

Les codes pour les revues et périodiques de la Nomenclature canadienne pour le commerce sont les suivants :

49.02	Journaux et publications périodiques imprimés, qu'ils soient illustrés ou qu'ils contiennent de la publicité ou non
4902.1	Journaux et publications périodiques paraissant au moins quatre fois par semaine
4902.90	Autres journaux et publications périodiques
4902.90.00.10	Journaux
4902.90.00.20	Journaux et périodiques

Avant 1988, on utilisait d'autres codes à cinq chiffres, à savoir les codes 891-19 et 891-29.

Table 1
Number of Reporting Publishers and Reported Periodicals, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of reporting publishers – Nombre d'éditeurs répondant	1,095	1,091	1,099	1,055	1,047
Publishers of one periodical – Éditeurs de périodique unique	943	952	959	915	907
Publishers of more than one periodical – Éditeurs de plus d'un périodique	152	139	140	140	140
Number of reported periodicals – Nombre de périodique déclarés	1,530	1,493	1,503	1,440	1,400

Tableau 1
Nombre d'éditeurs répondants et de périodiques déclarés, 1988-1989 à 1992-1993

Table 2
Revenues and Expenses of Periodicals, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000	\$'000
Revenues – Recettes:					
Advertising sales – Ventes d'annonces publicitaires	537,724	566,495	565,347	536,071	528,954
Single-copy sales – Ventes au numéro	62,430	63,501	61,626	58,880	57,190
Subscriptions sales – Ventes par abonnement	192,578	195,053	181,040	184,648	204,214
Back issues – Anciens numéros	1,893	2,401	2,538	1,875	2,420
Other Revenues ¹ – Autres recettes ¹	52,725	58,186	55,481	56,899	59,262
Total revenue – Recettes totales	847,350	885,635	866,032	838,374	852,041
Expenses – Dépenses:					
Salaries, Wages, fees – Salaires, honoraires et sous-traitance	169,868	169,149	187,206	185,244	189,069
Non-salaried costs – Coûts autres que les salaires	642,048	682,248	660,166	629,693	610,029
Unspecified – Non précisées	1,907	353	273	3,653	7,000
Total expenses – Total des dépenses	813,823	851,750	847,645	818,590	806,098
Profit before taxes – Bénéfices avant impôts	33,527	33,885	18,267	19,784	45,896
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	4.0	3.8	2.1	2.4	5.4

¹ "Other revenues" include list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

¹ "Autres recettes" comprend les ventes des listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 3

Paid and Non-Paid Circulation Per Issue, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	'000	'000	'000	'000	'000
Paid circulation – Numéros payés:					
Single copy – Au numéro	3,245	2,996	2,635	2,512	2,580
Subscriptions – Abonnements	19,737	19,436	18,952	18,630	18,905
Non-Paid circulation – Numéros gratuits:					
Controlled(addressed) – Distribution contrôlée(avec adresse)	12,309	13,901	14,329	15,088	11,887
Other – Autres	5,419	3,017	3,522	2,800	3,737
Total circulation – Tirage total	40,711	39,350	39,437	39,030	37,108

Tableau 3

Tirage payé et non payé par numéro, 1988-1989 à 1992-1993

Table 4

Total Circulation Per Issue by Method of Distribution, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	'000	'000	'000	'000	'000
Canada Post – Postes Canada	27,754	29,100	27,819	26,760	26,031
Private delivery – Service privé de distribution	12,956	10,250	11,638	12,270	11,077
Total	40,711	39,350	39,457	39,030	37,108

Tableau 4

Tirage total du numéro typique selon la méthode de distribution, 1988-1989 à 1992-1993

Table 5

Total Circulation Per Issue by Category of Periodical, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	'000	'000	'000	'000	'000
General consumer periodical – Périodique grand public	20,564	19,175	17,531	14,604	13,211
Special interest consumer periodical – Périodique spécialisé destiné au grand public	9,159	9,663	10,265	12,507	12,907
Business or trade periodical – Périodique d'affaires ou professionnel	5,584	5,380	5,937	6,059	5,673
Farm periodical – Périodique agricole	1,360	1,298	1,241	1,173	1,080
Religious periodical – Périodique religieux	3,438	3,139	3,615	3,943	3,597
Scholarly periodical – Revue savante	606	695	848	745	640
Total	40,711	39,350	39,437	39,030	37,108

Tableau 5

Tirage total du numéro selon la catégorie du périodique, 1988-1989 à 1992-1993

Table 6
Origin of Editorial Content and Artwork of a
Typical Issue, 1988-89 to 1992-93

Tableau 6
Source des textes et des illustrations du numéro
typique, 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	%	%	%	%	%
Text – Texte					
In-house – Interne	50.9	51.3	50.4	49.3	49.4
Outside the organization – Externe					
Canadian-authored – Auteur canadien	42.2	41.5	42.0	43.0	42.6
Foreign-authored – Auteur étranger	6.9	7.2	7.6	7.7	8.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Illustrations and photography – Illustrations et photographies					
In-house – Interne	44.8	44.0	44.1	42.2	42.9
Outside the organization – Externe					
Canadian-authored – Auteur canadien	48.8	49.6	49.3	50.5	50.2
Foreign-authored – Auteur étranger	6.4	6.4	6.6	7.2	6.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Table 7
Number of Pages of Text (Editorial) and Adver-
tising, and Weight of Periodical, 1988-89 to
1992-93

Tableau 7
Nombre de pages du matériel rédactionnel et
publicitaire, et poids du périodique, 1988-1989 à
1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Text (Editorial) Pages – Pages du matériel rédactionnel	–	73,286	74,646	72,449	72,236
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	–	22,095	21,338	20,891	19,574
Other (unspecified) – Autres (non précisées)	–	2,910	918	72	–
Total Pages – Pages Totales	98,474	98,291	96,902	93,412	91,810
Weight of Periodical in Grams – Poids du périodique en gramme	218,042	223,975	215,932	211,032	209,808

Table 8

Single Copy and Subscription Prices of Periodicals and Advertising rates, 1988-89 to 1992-93

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
	\$	\$	\$	\$	\$
Average single copy price – Prix moyen du numéro	4.35	4.64	5.01	5.28	5.74
Average One-year subscription price – Prix moyen d'un abonnement d'un an	22.17	23.97	25.95	26.95	28.35
Average Two-year subscription price – Prix moyen d'un abonnement de deux ans	37.60	38.36	41.19	43.27	44.68
Average Ad-Rate – Black/White Tarif moyen d'une annonce – Noir/Blanc	1,592	1,715	1,739	1,840	1,899
Average Ad Rate – Colour Tarif moyen d'une annonce – couleur	2,693	2,881	3,037	3,155	3,237

Tableau 8

Prix des périodiques au numéro et à l'abonnement et les tarifs publicitaires, 1988-1989 à 1992-1993

Table 9

Concentration Ratio (share of Industry Revenue, Circulation, Employment), 1988-89 to 1992-93

Tableau 9

Ratio de concentration (part du revenu de l'industrie, du tirage, de l'emploi), 1988-1989 à 1992-1993

	1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Total number of Publishers – Nombre total d'éditeurs	1,095	1,091	1,099	1,055	1,047
Largest 4 Publishers – Les 4 plus grands éditeurs:					
– % share of revenue – Part en % du revenu	40	40	38	37	39
– % share of circulation – Part en % du tirage	31	36	35	33	34
– % share of salaries & wages – Part en % des salaires et traitements	28	28	25	24	25
Largest 8 Publishers – Les 8 plus grands éditeurs:					
– % share of revenue – Part en % du revenu	49	50	48	46	47
– % share of circulation – Part en % du tirage	37	41	42	45	48
– % share of salaries & wages – Part en % des salaires et traitements	38	36	35	32	30
Largest 12 Publishers – Les 12 plus grands éditeurs:					
– % share of revenue – Part en % du revenu	53	54	52	51	52
– % share of circulation – Part en % du tirage	39	45	46	52	52
– % share of salaries & wages – Part en % des salaires et traitements	39	39	39	36	35

Table 10

Number of Employees, Salaries, Wages and Fees,
1988-89 to 1992-93

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Full-Time – Temps plein		4,768	4,487	4,651	4,583	4,332
Part-Time – Temps partiel		2,039	1,756	1,726	1,690	1,545
Volunteers – Bénévoles		3,618	4,528	3,993	4,046	4,112
Professional Fees – Honoraires	\$000	19,572	20,297	23,715	24,619	27,053
Total Salaries, Wages and Professional Fees – Total salaires et honoraires	\$000	169,868	169,149	187,206	185,244	189,069

Tableau 10

Nombre d'employés, traitements, salaires et honoraires,
1988-1989 à 1992-1993

Table 11

Revenues and Expenses of Periodicals, by
Category of Periodical, 1992-93

Tableau 11

Recettes et dépenses des périodiques, selon la
catégorie du périodique, 1992-1993

	General consumer periodical	Special interest consumer periodical	Business or trade periodical	Farm periodical	Religious periodical	Scholarly periodical	Total
	Périodique grand public	Périodique spécialisé destiné au grand public	Périodique d'affaires ou profes- sionel	Périodique agricole	Périodique religieux	Revue savante	
	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000
Revenues – Recettes:							
Advertising sales – ventes d'annonces publicitaires	182,617	119,444	188,519	21,634	2,661	14,079	528,954
Single-copy sales – Ventes au numéro	42,243	12,915	1,196	1	657	178	57,190
Subscriptions sales – Ventes par abonnement	118,297	40,308	17,193	5,294	16,526	6,596	204,214
Back issues – Anciens numéros	249	545	397	4	23	1,202	2,420
Other Revenues ¹ – Autres recettes ¹	12,575	16,724	13,765	1,352	6,946	7,899	59,262
Total revenue – Recettes totales	355,981	189,935	221,071	28,286	26,812	29,954	852,041
Expenses – Dépenses:							
Salaries, Wages, fees – Salaires, honoraires et sous-traitance	57,249	42,872	62,360	9,404	8,837	8,347	189,069
Non-salaried costs – Coûts autres que les salaires	272,294	139,005	142,228	18,585	17,571	20,346	610,029
Unspecified – Non précisées	6,772	183	46	–	–	–	7,000
Total expenses – Total des dépenses	336,315	182,059	204,633	27,989	26,408	28,694	806,098
Profit before taxes – Bénéfices avant impôts	19,667	7,829	16,438	297	404	1,261	45,896
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	5.5	4.1	7.4	1.0	1.5	4.2	5.4

¹ "Other revenues" include list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

¹ "Autres recettes" comprend les ventes des listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 12

Revenues and Expenses of Periodicals, by Language of Periodical, 1992-93

Tableau 12

Recettes et dépenses des périodiques, selon la langue du périodique, 1992-1993

	English	French	English and French	Other	Total
	Anglais	Français	Anglais et français	Autres	
	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000
Revenues – Recettes:					
Advertising sales – Ventes d'annonces publicitaires	392,872	87,270	46,904	1,908	528,954
Single-copy sales – Ventes au numéro	29,296	27,385	450	59	57,190
Subscriptions sales – Ventes par abonnement	144,750	47,447	11,215	802	204,214
Back issues – Anciens numéros	1,304	557	557	2	2,420
Other Revenues ¹ – Autres recettes ¹	35,415	10,652	10,783	2,412	59,262
Total revenue – Recettes totales	603,637	173,311	69,910	5,183	852,041
Expenses – Dépenses:					
Salaries, Wages, fees – Salaires, honoraires et sous-traitance	135,917	34,478	16,698	1,976	189,069
Non-salaried costs – Coûts autres que les salaires	427,819	128,579	50,550	3,081	610,029
Unspecified – Non précisées	7,000	-	-	-	7,000
Total expenses – Total des dépenses	570,737	163,057	67,248	5,057	806,098
Profit before taxes – Bénéfices avant impôts	32,854	10,253	2,662	126	45,896
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	5.4	5.9	3.8	2.4	5.4

¹ "Other revenues" include list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.¹ "Autres recettes" comprend les ventes des listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 13

**Revenues and Expenses of Periodicals, by
Province of Periodical, 1992-93**

Tableau 13

**Recettes et dépenses des périodiques, selon la
province du périodique, 1992-1993**

	Atlantic Region Région de l'Atlantique	Québec	Ontario	Manitoba	Saskat- chewan	Alberta	British Columbia Colombie Britannique	Northwest Territories Territoires du Nord-Ouest
	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000	\$,000
Revenues – Recettes:								
Advertising sales – Ventes d'annonces publicitaires	4,357	113,622	347,019	9,909	2,665	13,678	37,222	482
Single-copy sales – Ventes au numéro	2,043	28,950	22,749	37	63	169	3,170	10
Subscriptions sales – Ventes par abonnement	901	78,121	104,769	4,188	1,508	4,842	9,719	165
Back issues – Anciens numéros	9	597	1,676	71	5	47	13	2
Other Revenues ¹ – Autres recettes ¹	1,029	15,119	34,847	1,234	771	3,404	2,766	92
Total revenue – Recettes totales	8,339	236,409	511,061	15,439	5,012	22,141	52,890	750
Expenses – Dépenses:								
Salaries, Wages, fees – Salaires, honoraires et sous-traitance	3,327	41,838	114,513	5,516	1,284	6,546	15,728	317
Non-salaried costs – Coûts autres que les salaires	5,443	178,856	361,478	10,686	3,588	13,692	35,791	496
Unspecified – Non précisées	–	–	6,955	–	–	–	46	–
Total expenses – Total des dépenses	8,770	220,694	482,946	16,201	4,872	20,238	51,565	813
Profit before taxes – Bénéfices avant impôts	-432	15,715	28,068	-762	140	1,903	1,325	-62
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	-5.2	6.6	5.5	-4.9	2.8	8.6	2.5	-8.3

¹ "Other revenues" include list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

¹ "Autres recettes" comprend les ventes des listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 14

Profile of the Canadian Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 14

Profil du périodique canadien, 1988-1989 à 1992-1993

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			1,530	1,493	1,501	1,440	1,400
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	530.9	521.7	514.9	521.5	504.3
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	40.7	39.4	39.5	39.0	37.1
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	347,017	349,445	343,029	362,139	360,212
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	56.5	57.0	54.8	54.2	57.9
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,592	1,715	1,739	1,840	1,899
Color – Couleur		Dollars	2,693	2,881	3,037	3,155	3,237
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	22,095	21,338	20,891	19,574
Total pages – Pages totales		Number Nombre	98,474	98,291	96,902	93,412	91,810
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	475,441	517,820	511,164	501,001	505,693
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	99,252	104,270	104,628	100,307	104,362
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	155,180	158,322	147,307	156,481	177,577
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	55,337	58,822	57,558	58,424	62,813
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	553,823	593,192	576,970	582,204	608,600
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	531,910	570,496	565,097	568,465	576,196
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	4.0	3.8	2.1	2.4	5.4
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.53	1.63	1.65	1.57	1.60
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	4.35	4.64	5.01	5.28	5.74
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	22.17	23.97	25.95	26.95	28.35
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	4,768	4,487	4,651	4,583	4,332
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	2,039	1,756	1,726	1,690	1,545
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	169.9	169.1	187.2	185.2	189.1

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 15

**Profile of the General Consumer Periodical,
1988-89 to 1992-93**

Tableau 15

Profil du périodique grand public, 1988-1989 à 1992-1993

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			283	237	198	167	162
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	302.1	290.9	268.4	270.0	216.8
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	20.6	19.2	17.6	14.6	13.2
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	1,067,446	1,227,387	1,355,402	1,616,777	1,338,127
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	63.8	65.2	62.4	68.8	77.3
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	2,347	2,652	2,787	2,966	3,214
Color – Couleur		Dollars	3,827	4,299	4,526	4,811	4,919
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	5,098	4,268	3,645	3,310
Total pages – Pages totales		Number Nombre	18,927	15,918	13,242	10,730	10,409
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	955,672	1,157,996	1,238,387	1,322,108	1,259,425
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	299,943	364,228	408,779	418,388	418,249
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	543,088	617,341	617,897	741,577	882,814
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	84,365	112,925	107,418	118,086	122,139
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	1,476,963	1,762,416	1,899,363	2,127,912	2,197,416
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	1,406,219	1,691,422	1,847,465	2,061,238	2,076,017
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	4.8	4.0	2.7	3.1	5.5
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.32	1.38	1.36	1.27	1.55
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	2.47	2.63	2.79	2.81	3.11
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	16.87	17.08	19.24	21.01	21.55
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	1,726	1,347	1,396	1,330	1,196
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	418	426	363	342	234
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	65.1	55.3	61.0	57.4	57.2

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées

Table 16

**Profile of the Special Interest Consumer
Periodical, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 16

**Profil du périodique spécialisé destiné au grand public,
1988-1989 à 1992-1993**

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			407	443	417	407	389
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	86.1	94.3	96.3	108.1	149.4
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	9.2	9.7	10.3	12.5	12.9
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	211,468	212,771	230,877	265,681	383,994
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	49.8	50.4	51.1	42.9	43.7
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,431	1,523	1,549	1,739	1,832
Color – Couleur		Dollars	2,444	2,564	2,675	2,911	3,099
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	6,632	6,355	6,407	6,073
Total pages – Pages totales		Number Nombre	23,466	26,657	24,877	25,248	25,497
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	284,814	305,737	306,390	310,134	364,159
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	38,672	44,041	49,857	55,482	56,152
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	80,483	80,143	97,161	111,144	125,569
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	64,457	61,704	53,418	54,622	63,255
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	363,169	384,229	401,547	420,336	488,265
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	359,588	380,744	403,936	412,540	469,225
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	1.0	0.9	-0.6	1.9	4.1
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.70	1.79	1.75	1.55	1.22
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	3.78	4.04	3.80	3.84	4.26
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	19.32	20.67	21.34	21.02	22.69
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	1,046	1,176	1,065	969	996
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	478	440	432	390	425
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	33.5	38.7	40.3	39.2	42.9

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 17

**Profile of the Business and Trade Periodical,
1988-89 to 1992-93**

Tableau 17

**Profil du périodique d'affaires et professionnel,
1988-1989 à 1992-1993**

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		387	362	396	383	378
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	62.5	62.1	69.7	63.8	62.2
Average annual circulation per issue ¹ Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	5.6	5.4	5.9	6.1	5.7
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		161,410	171,444	176,066	166,646	164,492
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	29.7	28.9	25.1	28.1	33.1
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,736	1,955	2,029	2,187	2,181
Color – Couleur	Dollars	2,516	2,806	2,962	3,162	3,159
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	7,451	7,632	7,659	7,245
Total pages – Pages totales	Number Nombre	19,878	18,829	19,359	18,946	18,146
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	507,402	572,231	566,703	526,706	519,337
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	10,626	10,036	10,887	15,162	13,752
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	51,322	53,911	51,393	54,068	57,311
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	56,612	54,594	61,817	57,674	63,793
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	549,374	619,003	605,347	581,817	584,845
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	516,921	581,241	583,787	569,909	541,358
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	5.9	6.1	3.8	2.0	7.4
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	3.20	3.39	3.31	3.42	3.29
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	4.36	4.58	4.58	5.06	5.36
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	28.85	31.38	33.28	35.37	37.85
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	1,414	1,358	1,541	1,607	1,502
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	546	329	298	362	322
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	51.8	54.5	61.4	62.2	62.4

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 18

Profile of the Farm Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 18

Profil du périodique agricole, 1988-1989 à 1992-1993

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			65	63	66	64	61
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	17.7	16.6	16.6	15.5	14.9
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	1.4	1.3	1.2	1.2	1.1
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	272,176	262,845	251,393	242,832	244,359
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	53.1	50.6	62.4	61.9	61.1
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,227	1,257	1,530	1,282	1,424
Color – Couleur		Dollars	1,973	2,003	2,815	2,051	2,091
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	1,443	1,398	1,406	1,258
Total pages – Pages totales		Number Nombre	3,009	2,919	2,953	2,831	2,609
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	363,597	401,353	388,898	374,346	366,681
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	433	916	730	420	459
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	89,498	101,642	98,444	107,802	115,089
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	34,195	39,650	38,855	39,071	38,748
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	450,648	490,137	475,946	471,231	463,702
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	444,848	474,240	470,735	468,268	458,836
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	1.3	3.2	1.1	0.6	1.0
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.63	1.80	1.87	1.93	1.88
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	2.32	2.68	2.57	2.46	2.86
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	15.61	17.99	18.77	18.95	20.08
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	243	267	260	229	207
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	145	112	123	112	88
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	8.6	9.0	9.4	9.4	9.4

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 19

Profile of the Religious Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 19

Profil du périodique religieux, 1988-1989 à 1992-1993

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			175	171	183	191	188
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	58.2	53.2	56.8	56.7	55.9
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	3.4	3.1	3.6	3.9	3.6
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	332,551	310,995	310,342	296,752	297,182
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	74.9	78.8	72.2	70.5	74.6
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	688	678	701	717	765
Color – Couleur		Dollars	1,968	2,099	1,816	2,075	2,198
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	340	327	314	295
Total pages – Pages totales		Number Nombre	4,417	4,541	5,030	5,230	5,171
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	57,980	52,108	49,948	46,162	48,386
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	23,090	19,694	18,471	15,752	17,744
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	95,685	103,217	107,775	114,321	116,378
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	34,919	36,789	51,325	50,896	49,424
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	114,261	119,800	134,583	139,132	142,618
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	114,536	112,468	134,219	142,575	140,469
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	-0.2	6.1	0.3	-2.5	1.5
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	0.34	0.36	0.43	0.48	0.47
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	1.35	1.54	1.63	1.73	1.73
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	9.26	9.79	10.39	11.00	11.63
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	222	201	229	269	276
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	176	161	223	213	208
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	5.5	5.4	7.3	8.0	8.8

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 20

Profile of the Scholarly Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 20

Profil des revues savantes, 1988-1989 à 1992-1993

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			213	217	241	228	222
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	4.4	4.8	7.1	7.3	5.2
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	0.6	0.7	0.8	0.7	0.6
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	20,787	21,987	29,603	32,019	23,392
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	57.3	54.2	62.9	71.1	64.2
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	509	579	523	568	534
Color – Couleur		Dollars	1,651	1,707	2,094	1,794	1,871
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	1,131	1,358	1,460	1,393
Total pages – Pages totales		Number Nombre	28,777	29,427	31,441	30,427	29,978
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	94,483	109,389	117,415	162,143	146,656
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	1,520	1,575	2,165	2,072	1,977
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	24,825	25,787	29,641	34,225	31,864
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	33,421	38,430	38,433	42,487	44,183
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	92,320	102,698	111,017	141,960	134,929
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	96,260	104,588	112,779	135,892	129,251
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	-4.3	-1.8	-1.6	4.3	4.2
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	4.63	4.76	3.81	4.24	5.53
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	9.36	9.66	11.00	11.76	12.57
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	33.06	36.18	39.01	40.45	41.30
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	117	138	160	179	155
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	276	288	287	271	268
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	5.5	6.3	7.8	9.0	8.3

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.² Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.¹ "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 21

Profile of the English-language Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 21

Profil du périodique de langue anglaise, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		901	901	914	857	830
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	365.6	353.2	347.8	365.1	351.9
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	29.0	27.1	27.2	26.8	25.1
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		405,774	391,968	380,471	425,975	424,024
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	51.6	56.2	52.8	52.2	56.8
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,786	1,863	1,937	2,049	2,110
Color – Couleur	Dollars	2,938	3,036	3,273	3,376	3,441
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	15,307	15,117	14,750	13,448
Total pages – Pages totales	Number Nombre	49,429	50,917	50,336	47,866	46,082
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	552,137	587,880	578,003	577,257	584,631
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	90,530	91,565	89,345	86,371	94,200
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	192,351	191,327	172,387	185,185	217,997
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	56,876	60,218	57,061	60,460	66,640
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	665,480	699,496	672,061	689,956	727,273
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	640,942	676,024	659,696	671,844	688,464
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	3.7	3.4	1.9	2.6	5.4
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.58	1.72	1.73	1.58	1.62
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.64	3.89	4.00	4.02	4.39
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	21.23	23.05	24.63	25.21	26.69
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	3,518	3,336	3,434	3,322	3,139
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	1,282	1,039	1,015	1,051	914
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	121.4	120.5	135.2	132.4	135.9

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 22

Profile of the French-language Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 22

Profil du périodique de langue française, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		337	330	314	313	305
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	133.3	126.3	123.6	113.4	108.8
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	8.0	7.1	6.8	6.7	6.3
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		395,628	382,771	393,660	362,427	356,648
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	70.5	73.8	73.6	70.9	75.1
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,431	1,475	1,428	1,577	1,684
Color – Couleur	Dollars	2,269	2,444	2,452	2,630	2,790
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	4,179	3,653	3,510	3,397
Total pages – Pages totales	Number Nombre	21,637	21,025	19,621	19,659	19,386
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	424,010	459,610	461,512	428,618	432,031
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	180,697	194,045	204,303	194,838	190,174
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	149,957	157,907	168,076	170,822	183,192
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	58,686	61,873	54,603	51,908	52,133
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	531,936	565,238	578,401	552,133	568,232
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	498,235	532,951	553,726	537,021	534,614
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	6.3	5.7	4.3	2.7	5.9
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.26	1.39	1.41	1.48	1.50
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.79	4.31	4.52	4.94	5.21
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	18.06	20.23	21.87	23.42	24.38
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	761	745	832	820	771
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	417	429	371	346	314
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	31.2	33.8	35.1	35.5	34.5

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 23

**Profile of the Bilingual (English and French)
Periodical, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 23

**Profil du périodique bilingue (anglais et français),
1988-1989 à 1992-1993**

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			245	223	234	230	225
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	27.6	40.7	40.6	39.9	40.0
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	3.3	5.0	5.1	5.2	5.3
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	112,518	182,360	173,420	173,465	177,866
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	63.4	38.3	43.4	45.7	46.4
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,115	1,501	1,314	1,409	1,420
Color – Couleur		Dollars	2,253	2,876	2,772	3,021	3,060
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	2,303	2,316	2,346	2,380
Total pages – Pages totales		Number Nombre	25,016	24,022	24,782	24,167	24,268
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	269,768	322,193	308,076	319,525	321,263
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	4,766	4,326	4,367	4,055	5,558
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	44,007	57,223	50,829	60,462	56,930
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	47,325	56,198	55,965	53,160	60,002
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	246,997	296,039	278,585	299,835	310,711
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	246,446	286,312	284,702	301,381	298,879
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	0.2	3.3	-2.2	-0.5	3.8
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	2.19	1.57	1.64	1.74	1.68
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	7.58	8.13	9.46	10.18	10.52
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	30.49	32.65	36.11	38.02	39.25
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	410	362	346	366	357
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	277	258	275	252	269
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	15.1	13.8	14.9	15.2	16.7

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

² Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 24

Profile of the Other-Language Periodical, 1988-89 to 1992-93

Tableau 24

Profil du périodique édité dans une langue autre que l'anglais ou le français, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		47	39	39	40	40
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	4.4	1.6	2.9	3.1	3.6
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	0.4	0.1	0.4	0.4	0.4
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		94,472	40,452	75,548	77,075	89,009
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	72.8	41.5	12.1	14.4	11.8
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	613	615	767	765	895
Color – Couleur	Dollars	1,347	1,581	1,681	1,430	1,744
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	306	252	285	349
Total pages – Pages totales	Number Nombre	2,392	2,327	2,163	1,720	2,074
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	61,539	60,017	67,112	59,796	73,369
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	7,029	2,430	16,558	23,412	4,920
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	109,393	24,007	21,055	20,822	26,730
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	52,826	22,506	111,076	112,665	89,424
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	169,694	72,922	127,225	132,553	129,575
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	171,265	75,153	124,433	135,355	126,416
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	-0.9	-3.1	2.2	-2.1	2.4
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.81	1.86	1.65	1.76	1.42
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.20	3.02	2.76	2.59	4.80
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	21.48	22.35	22.06	20.97	24.94
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	79	44	39	75	65
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	63	30	65	41	48
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	2.2	1.1	2.0	2.1	2.0

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 25

Profile of the Canadian Periodical Published in the Atlantic Region, 1988-89 to 1992-93

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		58	56	54	56	52
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	10.7	10.8	10.4	9.8	8.8
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	0.7	0.5	0.4	0.4	0.5
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		185,153	192,544	191,924	175,437	170,125
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	48.3	60.8	53.6	51.4	46.0
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	810	723	596	662	633
Color – Couleur	Dollars	1,613	1,591	1,307	1,537	1,534
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	472	420	478	487
Total pages – Pages totales	Number Nombre	3,910	4,372	3,700	3,556	3,737
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	137,246	147,394	125,379	97,255	117,763
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	57,408	62,353	69,286	70,785	68,084
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	30,222	26,654	19,243	18,493	19,595
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	28,850	28,988	26,507	26,490	30,516
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	164,766	171,059	155,156	136,677	160,358
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	176,954	188,160	166,411	143,006	168,658
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	-7.4	-10.0	-7.3	-4.6	-5.2
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	0.96	0.98	0.87	0.82	0.99
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.49	3.60	3.66	4.46	4.74
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	14.34	15.12	16.27	17.18	17.75
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	95	106	92	114	95
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	112	66	60	70	58
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	3.2	3.7	3.3	3.4	3.3

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées

Table 26

**Profile of the Canadian Periodical Published in
Quebec, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 26

**Profil du périodique canadien publié au Québec,
1988-1989 à 1992-1993**

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			428	416	416	409	386
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	131.4	125.6	156.7	142.1	136.6
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	9.9	9.2	10.3	9.9	9.1
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	306,909	301,932	376,634	347,546	353,839
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	69.7	70.6	71.9	70.6	76.0
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,492	1,570	1,527	1,612	1,687
Color – Couleur		Dollars	2,377	2,559	2,612	2,754	2,822
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	5,466	5,200	4,948	4,484
Total pages – Pages totales		Number Nombre	29,498	29,253	28,529	28,289	26,873
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	413,414	441,541	487,302	437,071	454,490
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	160,008	171,755	176,112	173,758	170,296
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	162,381	176,261	203,900	218,256	238,901
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	57,067	58,462	58,923	58,673	58,859
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	523,084	554,635	603,165	580,788	612,457
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	498,996	531,775	577,362	561,096	571,745
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	4.6	4.1	4.3	3.4	6.6
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.63	1.76	1.53	1.61	1.62
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	4.52	4.97	5.09	5.51	5.95
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	20.34	22.35	24.04	25.60	27.33
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	967	932	1,067	1,036	969
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	545	515	523	443	382
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	37.9	39.3	44.9	44.2	41.8

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 27

Profile of the Canadian Periodical Published in Ontario, 1988-89 to 1992-93

Tableau 27

Profil du périodique canadien publié en Ontario, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		753	723	706	671	667
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	307.3	302.5	267.9	304.3	299.3
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	23.3	22.7	21.9	22.5	21.7
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		408,084	418,344	379,477	453,512	448,702
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	53.2	54.6	48.1	46.4	48.5
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,831	2,036	2,151	2,293	2,314
Color – Couleur	Dollars	3,088	3,360	3,615	3,759	3,805
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	12,159	11,139	10,835	10,530
Total pages – Pages totales	Number Nombre	48,553	47,354	45,642	42,830	43,361
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	603,474	662,462	644,128	655,671	649,849
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	81,544	91,341	86,307	82,678	89,564
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	191,981	196,718	155,570	166,614	190,489
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	61,921	66,313	65,632	66,269	72,323
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	697,103	757,831	708,638	737,356	766,208
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	666,885	720,690	691,097	716,678	725,144
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	4.3	4.9	2.6	2.8	5.5
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.63	1.72	1.82	1.58	1.61
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	4.48	4.76	5.25	5.40	5.92
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	24.98	26.87	29.29	29.93	31.70
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	2,915	2,696	2,544	2,529	2,486
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	994	840	722	806	734
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	105.5	102.5	106.5	107.4	114.5

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 28

**Profile of the Canadian Periodical Published in
Manitoba, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 28

**Profil du périodique canadien publié au Manitoba,
1988-1989 à 1992-1993**

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			60	63	62	54	61
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	8.8	7.7	7.7	7.1	6.4
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	146,552	122,583	123,478	130,887	105,019
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%		72.7	72.7	71.2	74.0	73.2
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc	Dollars		1,325	1,296	1,310	1,313	1,367
Color – Couleur	Dollars		2,385	2,440	2,864	2,820	2,604
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	469	335	467	605
Total pages – Pages totales		Number Nombre	2,534	2,901	3,055	2,794	3,298
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars		245,801	263,676	271,439	265,243	247,716
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars		2,066	1,947	2,125	3,706	3,706
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars		79,814	90,572	93,877	108,714	102,143
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars		42,638	40,910	37,930	41,618	36,263
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars		255,987	274,287	269,406	282,992	253,099
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars		267,687	277,937	272,938	301,258	265,595
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%		-4.6	-1.3	-1.3	-6.5	-4.9
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars		1.83	2.27	2.21	2.30	2.53
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars		3.77	4.91	5.45	5.87	6.33
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars		16.77	20.03	22.49	23.58	22.80
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	97	111	121	115	145
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	89	93	97	100	100
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	4.6	5.0	5.1	4.9	5.5

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 29

Profile of the Canadian Periodical Published in Saskatchewan, 1988-89 to 1992-93

Tableau 29

Profil du périodique canadien publié en Saskatchewan, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		28	29	32	28	24
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	7.4	8.1	7.1	6.1	2.5
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	0.5	0.6	0.5	0.3	0.3
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		263,703	279,273	221,291	216,737	102,680
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	26.6	45.8	69.4	75.9	95.9
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	615	707	672	725	1,177
Color – Couleur	Dollars	1,383	1,504	1,387	1,716	3,068
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	253	274	224	221
Total pages – Pages totales	Number Nombre	1,545	1,783	1,771	1,799	1,550
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	136,056	181,074	227,253	218,256	190,351
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	4,535	3,363	5,221	5,174	7,816
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	46,998	51,522	51,951	64,245	68,565
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	28,389	33,490	41,181	36,063	43,111
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	153,841	201,714	215,647	219,050	208,828
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	149,484	195,648	209,452	204,165	202,986
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	2.8	3.0	2.9	6.8	2.8
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	0.57	0.70	0.95	0.94	1.98
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.71	3.30	4.32	5.01	5.24
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	13.14	12.67	15.89	17.28	17.12
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	44	45	46	45	31
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	59	23	30	30	29
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	1.3	1.6	1.7	1.5	1.3

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

² Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

¹ "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 30

Profile of the Canadian Periodical Published in Alberta, 1988-89 to 1992-93

Tableau 30

Profil du périodique canadien publié en Alberta, 1988-1989 à 1992-1993

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		83	84	89	86	84
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	25.7	22.7	17.9	13.6	13.2
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	2.1	2.0	1.4	1.3	1.3
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		310,098	270,443	201,066	158,414	157,068
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	54.9	40.1	37.5	39.2	54.6
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,295	1,115	1,029	1,086	1,072
Color – Couleur	Dollars	2,111	1,850	1,858	1,966	2,004
Advertising pages Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	1,358	1,240	1,597	1,229
Total pages – Pages totales	Number Nombre	5,219	5,121	5,566	5,454	5,016
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	319,705	248,280	240,237	235,731	217,119
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	11,995	4,279	3,960	4,033	6,761
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	93,002	47,812	81,553	51,632	78,098
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	37,877	47,522	52,899	64,741	69,029
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	330,768	253,192	280,992	256,665	263,584
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	321,107	256,108	285,132	264,887	240,929
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	2.9	-1.2	-1.5	-3.2	8.6
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.04	0.95	1.42	1.67	1.53
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	4.89	4.99	5.41	5.08	5.58
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	22.94	24.24	27.23	26.86	26.60
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	295	204	270	259	171
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	72	71	92	72	92
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	7.3	5.1	7.8	7.2	6.5

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 31

**Profile of the Canadian Periodical Published in
British Columbia, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 31

**Profil du périodique canadien publié en Colombie-
Britannique, 1988-1989 à 1992-1993**

		1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques		116	116	138	133	123
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	39.1	42.6	46.7	38.0	37.2
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	3.2	3.4	4.2	3.8	3.7
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		337,155	367,329	338,126	286,016	302,052
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro	%	42.9	45.0	49.1	57.8	66.3
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:						
Black/white – Noir/blanc	Dollars	1,292	1,446	1,401	1,465	1,635
Color – Couleur	Dollars	2,379	2,540	2,712	2,573	2,680
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire	Number Nombre	–	1,768	2,655	2,299	1,939
Total pages – Pages totales	Number Nombre	7,007	7,163	8,455	8,591	7,755
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité	Dollars	290,354	387,321	352,148	339,635	354,491
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro	Dollars	91,443	53,756	68,919	62,545	64,694
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement	Dollars	66,091	71,878	73,826	83,972	97,192
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²	Dollars	38,820	51,125	39,767	36,279	40,281
Average total revenue – Recettes moyennes totales	Dollars	353,266	431,577	411,269	406,101	430,001
Average total expenses – Dépenses moyennes totales	Dollars	344,751	438,598	441,841	412,305	419,225
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales	%	2.4	-1.6	-7.4	-1.5	2.5
Cost per copy – Coût par exemplaire	Dollars	1.02	1.19	1.31	1.44	1.39
Average single copy price – Prix moyen au numéro	Dollars	3.45	3.43	3.80	4.36	4.64
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement	Dollars	19.12	21.11	22.22	23.96	24.29
Full-time employees – Employés à temps plein	Number Nombre	345	378	496	470	427
Part-time employees – Employés à temps partiel	Number Nombre	163	143	198	169	147
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000) Dollars	9.8	11.2	17.6	16.1	15.7

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Table 32

**Profile of the Canadian Periodical Published in
Northwest Territories, 1988-89 to 1992-93**

Tableau 32

**Profil du périodique canadien publié dans les Territoires
du Nord-Ouest, 1988-1989 à 1992-1993**

			1988-89	1989-90	1990-91	1991-92	1992-93
Number of periodicals – Nombre de périodiques			4	6	4	3	3
Total annual circulation – Tirage total annuel	(000,000)	Number Nombre	0.5	1.7	0.6	0.4	0.4
Average annual circulation per issue ¹ – Tirage annuel moyen au numéro ¹	(000,000)	Number Nombre	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Average annual circulation per periodical – Tirage annuel moyen par périodique		Number Nombre	132,014	287,193	159,750	134,333	122,800
Paid circulation as a percentage of total per issue – Tirage payé en pourcentage du tirage total au numéro		%	33.3	19.3	18.7	25.8	25.8
Average advertising rate per page – Taux moyen de publicité par page:							
Black/white – Noir/blanc		Dollars	1,177	1,862	1,304	1,790	1,615
Color – Couleur		Dollars	1,820	2,328	1,670	2,221	2,011
Advertising pages – Pages du matériel publicitaire		Number Nombre	–	150	75	43	79
Total pages – Pages totales		Number Nombre	208	344	184	99	220
Average advertising revenue – Recettes moyennes de publicité		Dollars	161,180	419,069	207,052	198,772	160,631
Average single copy sales – Ventes moyennes par numéro		Dollars	9,385	55,897	6,271	4,683	4,794
Average revenue of subscription sales – Ventes moyennes par abonnement		Dollars	42,835	31,916	55,370	68,109	82,748
Average other revenues ² – Autres recettes moyennes ²		Dollars	51,783	28,952	21,653	34,098	31,158
Average total revenue – Recettes moyennes totales		Dollars	223,891	492,422	267,955	304,101	250,151
Average total expenses – Dépenses moyennes totales		Dollars	233,874	560,340	319,418	200,361	270,939
Profit before taxes as a percentage of total revenue – Bénéfices avant impôts en pourcentage des recettes totales		%	-4.5	-13.8	-19.2	34.1	-8.3
Cost per copy – Coût par exemplaire		Dollars	1.77	1.95	2.00	1.49	2.21
Average single copy price – Prix moyen au numéro		Dollars	2.42	2.55	2.42	2.83	2.00
Average subscription price – Prix moyen d'abonnement		Dollars	15.33	18.75	17.33	22.00	19.50
Full-time employees – Employés à temps plein		Number Nombre	10	15	15	15	8
Part-time employees – Employés à temps partiel		Number Nombre	5	5	4	–	3
Total salaries, wages and Professional fees – Total salaires et honoraires	(000,000)	Dollars	0.4	0.8	0.4	0.5	0.3

¹ Based on the sum of periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical.

¹ Basé sur le nombre de périodiques distribués (déduction faite des numéros retournés) selon le numéro typique de chaque périodique.

² "Other revenues" includes back issues and list sales, grants, transfers, donations, membership fees, and unspecified.

² "Autres recettes" comprend les ventes d'anciens numéros et de listes d'adresses, les subventions, les transferts, les dons, les cotisations et les non précisées.

Methodology and Data Quality

Since the survey is a census of all known periodicals published in Canada, it is not subject to sampling error. However, even in a census, errors in the data can occur. These errors, called non-sampling errors, can be attributed to one or more of the following sources: coverage error, non-response error, measurement and processing error.

Coverage and Survey Frame: Names of periodicals surveyed were drawn from the industry associations' membership lists, C.A.R.D. (Canadian Advertising Rates and Data), trade journals, learned societies and granting councils.

Coverage error is minimized by updating the mailing list annually using multiple sources. An exact measure of the undercoverage is not available, but it is believed to be small.

Response: For the 1992-93 reference period, 1,615 questionnaires were mailed out. Of this number, 43 periodicals were out-of-scope, 99 were out-of-business, 2 were duplicates, 27 were inoperative or amalgamated, bringing the eligible population for this survey to 1,444 periodicals. 1,400 responded for a response rate for this survey of 97%. The non-respondents tend to be small periodicals.

Measurement and Processing: The careful design of the questionnaire, the existence of extensive manual and automated edits and estimation for non-response and the monitoring of the survey operations help to limit the magnitude of measurement and processing errors in this survey.

Data contained in this publication were collected by a mail-out/mail-back questionnaire sent to periodical publishers in Canada in May 1993. Information on product characteristics and economic and financial operations was requested for each of the periodicals they published during their fiscal year ending between April 1, 1992 and March 31, 1993. The returned questionnaires were manually edited for completeness and comparability with the previous year's questionnaire (if available). When the information reported did not meet the edit rules, the respondent was contacted to confirm or complete the data. Following data capture all survey records were subjected to an exhaustive computer edit at both the questionnaire and aggregate level. When discrepancies appeared, the required corrections were made following the review of the respondents' files, which often included annual financial statements. Direct contact with the respondent was sometimes

Méthodologie et qualité des données

Comme l'enquête est un recensement de tous les périodiques édités au Canada, les données recueillies ne sont pas entachées d'une erreur d'échantillonnage. Toutefois, même dans un recensement, les données peuvent comporter des erreurs. Ces erreurs, que l'on appelle erreurs non dues à l'échantillonnage, peuvent appartenir à une ou plusieurs des catégories suivantes : erreur d'observation, erreur due à la non-réponse, erreur de mesure et erreur de traitement.

Base de sondage et couverture: Les noms des périodiques recensés ont été tirés des listes de membres d'associations professionnelles, du C.A.R.D. (*Canadian Advertising Rates and Data*), de revues professionnelles, de sociétés savantes et de conseils subventionnaires.

Pour réduire au maximum l'erreur de couverture, nous mettons à jour chaque année la liste d'envoi en ayant recours à de nombreuses sources. Nous ne pouvons malheureusement pas déterminer l'importance exacte du sous-dénombrement, mais nous pensons qu'il est peu important.

Réponse: Pour la période de référence 1992-1993, Statistique Canada a fait parvenir aux éditeurs des questionnaires pour 1,615 périodiques. De ce nombre, 43 périodiques étaient hors du champ de l'enquête, 99 n'existaient plus, 2 avaient été comptés deux fois et 27 avaient vu leur publication interrompue ou avaient été intégrés à un autre périodique. La population cible était donc de 1,444 périodiques. Statistique Canada a reçu des questionnaires remplis pour 1,400 périodiques, ce qui donne un taux de réponse de 97 %. Les périodiques pour lesquels il y a eu non-réponse étaient le plus souvent de petits périodiques.

Mesure et traitement: En apportant beaucoup de soin à la conception du questionnaire, en ayant un ensemble très complet de mesures de vérification des données (vérifications manuelles et informatisées), en procédant à l'estimation de la non-réponse et en surveillant de près les opérations de collecte des données, nous réduisons au maximum le risque d'erreurs de mesure et de traitement.

Les données présentées dans cette publication ont été recueillies à l'aide d'un questionnaire postal (envoi et retour par la poste). Le questionnaire a été envoyé aux éditeurs de périodiques du Canada en mai 1993. Ces éditeurs ont été invités à fournir des données de nature économique et financière pour chacun des périodiques édités durant l'exercice prenant fin entre le 1^{er} avril 1992 et le 31 mars 1993 ainsi que des données sur les caractéristiques de ces périodiques. Pour assurer l'intégralité et la comparabilité des données, les questionnaires remplis ont été vérifiés à la main (à l'aide du questionnaire rempli l'année précédente, lorsqu'on en avait un). Si les renseignements fournis par le répondant étaient rejetés à la vérification, on communiquait à nouveau avec lui pour confirmer les données ou pour obtenir des précisions. Après la saisie des données, tous les enregistrements ont été soumis à des vérifications informatisées exhaustives, au niveau du questionnaire même et des données agrégées. S'il y avait des incohérences, on examinait le dossier du répondant (lequel comprenait souvent

required. Estimates were made for missing data items on partially completed forms and for some data items for complete non-response. These estimates were based upon previous years' data and groups of periodicals with similar characteristics.

Detailed documentation on the processing of the survey was prepared for use by the survey manager to assess the quality of the data. The review of the documentation and further analysis of the data allowed the survey manager to release the data when he/she was satisfied with data quality.

The storage and retrieval systems respect the confidentiality of respondents. All tabulations of the data are reviewed to ensure that individual respondents' data are never released.

Definitions

Definition of Periodical

This survey covers only publications **published in Canada**, issued on a regular basis more than once a year, but not more than once a week. The periodical must meet the following criteria: the periodical must have a name and some form of chronology on the covers; it may not have more than 70% advertising content; it must be stapled, glued, folded or otherwise formed into a distinct package; and it must be available to the public.

For further precision, certain publications are specifically **excluded**. For example:

- (a) Publications that serve the exclusive purpose of advertising (e.g. commercial catalogues, etc.);
- (b) Publications such as price lists, telephone directories, programs for shows, etc.;
- (c) Publications for strictly internal distribution: regulations, directives, company reports etc.;
- (d) Daily or weekly newspapers and newsletters;
- (e) Publications printed in Canada, but published outside Canada;
- (f) Government publications.

des états financiers), puis on faisait les corrections voulues. Dans certains cas, il fallait communiquer avec le répondant. Pour les questionnaires partiellement remplis, on a produit des estimations pour toutes les questions auxquelles les répondants n'avaient pas fourni de données et dans les cas de non-réponse totale, pour certaines questions seulement. Pour établir ces estimations, on s'est fondé sur les données fournies par le répondant l'année précédente ou sur les données se rapportant à un ensemble de périodiques présentant des caractéristiques semblables.

Des documents détaillés sur le traitement des données de l'Enquête ont été rédigés à l'intention du gestionnaire de l'enquête afin qu'il puisse évaluer la qualité des données. L'examen de cette documentation et une analyse plus poussée des données ont permis au gestionnaire de l'Enquête de s'assurer de la qualité des données avant d'en autoriser la diffusion.

Le système de stockage et d'extraction des données satisfait aux exigences en matière de confidentialité des données. Tous les tableaux sont passés en revue de manière à ce que l'on ne puisse jamais établir l'identité d'un répondant.

Définitions

Définition d'un périodique

L'Enquête ne recense que les publications qui sont **éditées au Canada** à intervalle régulier, plus fréquemment qu'une fois l'an, mais pas plus souvent qu'une fois la semaine. Le périodique doit répondre aux critères suivants : il doit avoir, en page couverture, un titre et une indication de la fréquence de parution; son contenu publicitaire ne doit pas dépasser 70 %; ses pages doivent être brochées, collées, pliées ou réunies d'une autre façon pour former un tout distinct; il doit être mis à la disposition du public.

Pour obtenir les données les plus fines possibles, certaines publications ont été **exclues** de l'Enquête, notamment :

- (a) les publications destinées exclusivement à des fins de publicité (catalogues d'entreprises commerciales, prospectus, publicité commerciale et touristique);
- (b) les publications telles les listes de prix, les annuaires téléphoniques, les programmes de spectacles, de foires, etc.;
- (c) les publications pour diffusion interne uniquement (règlements, directives, rapports d'entreprise, etc.);
- (d) les journaux quotidiens ou hebdomadaires, les communiqués et les bulletins d'information des entreprises;
- (e) les publications imprimées au Canada, mais éditées à l'extérieur du Canada;
- (f) les publications de l'État.

Other Definitions

Reporting Period: Covers the fiscal year (normal business year) of the periodical ending at any time between April 1, 1992 and March 31, 1993 inclusive.

Typical Issue: A typical issue is one that is the most representative of the periodical.

Change in Category Classification: Beginning with the 1989-90 survey, the classification of periodicals by categories has been expanded from 3 categories to 6 categories. Added to the major categories of General Interest periodical, Special Interest periodical and Scholarly periodical, were Business or Trade periodical, Farm periodical, and Religious periodical as defined below. Special tabulations can be prepared for users needing data based on the original 3 categories.

Consumer Periodical: A consumer periodical could be a general interest or special interest magazine.

A **general consumer periodical** (e.g. Macleans, L'Actualité, Saturday Night, Le Lundi) is aimed at the public in general or a large portion of the market.

A **Special Interest consumer Periodical** (e.g. The Hockey News, Age d'Or Vie Nouvelle, Chatelaine's New Mother) is aimed at a specific group. Both types of consumer periodicals try to inform or entertain the reader.

Business or Trade periodical: These are periodicals (e.g. Financial Post, Canadian Business, Masthead, L'Automobile) dealing with processing, manufacturing, management, sales or operation of industries or a specific industry, occupation or profession. They are published to interest and assist persons actively engaged in the field they cover.

Farm Periodical: This is a periodical (e.g. Grainews, Le Coopérateur Agricole, Cattlemen, Country Guide) dealing with agriculture including animal farming.

Religious Periodical: A religious periodical (e.g. The Anglican, The Catholic Register, Prions en église) is primarily concerned with religion in purpose and/or content.

Scholarly Periodical: These periodicals (e.g. Canadian Journal of Mathematics, Études Internationales, Modern Drama, University of Toronto Quarterly) present results of research of advanced knowledge in a specific field. The publication, which is usually aimed at a readership of specialists, is mainly published by universities, research institutes and learned societies.

Autres définitions

Période de déclaration: La période de déclaration est l'année financière (année normale d'exploitation) qui a pris fin entre le 1^{er} avril 1992 et le 31 mars 1993 inclusivement.

Numéro typique: Un numéro typique est le numéro le plus caractéristique du périodique.

Modifications apportées aux catégories: Au moment de l'enquête de 1989-1990, le nombre de catégories de la Classification des périodiques a été porté de trois à six. Aux catégories «périodique grand public», «périodique spécialisé destiné au grand public» et «revue savante» sont venues s'ajouter les catégories «périodique d'affaires ou professionnel», «périodique agricole» et «périodique religieux». Des totalisations spéciales sont offertes aux utilisateurs qui auraient besoin de données sur les trois catégories d'origine.

Périodique de consommateurs: Il peut s'agir d'un magazine d'intérêt général ou spécialisé.

Périodique grand public: (p. ex. Macleans, L'Actualité, Saturday Night, Le Lundi) Un périodique grand public est une revue d'intérêt général qui vise l'ensemble du marché des consommateurs ou une part importante de ce marché.

Périodique spécialisé destiné au grand public: (p. ex. The Hockey News, Age d'Or, Vie Nouvelle, Chatelaine, New Mother) Un périodique spécialisé destiné au grand public est une revue spécialisée qui s'adresse à un groupe particulier de lecteurs. Le périodique grand public et le périodique spécialisé destiné au grand public ont pour objet de renseigner ou de divertir les lecteurs.

Périodique d'affaires ou professionnel: Il s'agit d'un périodique (p. ex. Financial Post, Canadian Business, Masthead, L'Automobile) qui porte sur la transformation ou la fabrication de produits, sur la gestion, sur les ventes ou les opérations d'un ou de plus d'un secteur d'activité, sur un métier ou une profession. Il vise à susciter l'intérêt des personnes oeuvrant dans le domaine en question et à leur fournir des renseignements utiles.

Périodique agricole: Il s'agit d'un périodique (p. ex. Grainews, Le Coopérateur agricole, Cattlemen, Country Guide) qui traite d'agriculture, notamment d'élevage.

Périodique religieux: Il s'agit de publications (p. ex. The Anglican, The Catholic Register, Prions en église) qui, par leur esprit ou leur contenu, ont un caractère religieux.

Revue savante: Cette catégorie de périodique (p. ex. Canadian Journal of Mathematics, Études internationales, Modern Drama, University of Toronto Quarterly) présente les résultats de travaux de recherche poussés dans un domaine spécialisé. En général, les revues savantes, qui s'adressent à des spécialistes, sont publiées par des universités, des instituts de recherche ou des sociétés savantes.

Paid Circulation: Refers to periodicals distributed on a regular basis to consumers through either newsstand or subscription sales.

Free Circulation: Refers to periodicals distributed free of charge on a regular basis to consumers generally selected by publishing organizations.

Paid Periodical: A periodical is classified as a paid periodical if 50% or more of its total circulation per issue comes from paid circulation.

Free Periodical: A periodical is classified as a free periodical if less than 50% of its total circulation per issue comes from paid circulation.

Total Revenues: Include the periodical's revenue from advertising (net of agency costs), single copy/newsstand sales (net of distribution charges), subscriptions (net of agency costs), back issues and reprints, sundry income related to periodical publishing (e.g. membership dues, list sales and rentals) and income related to periodical publishing from other sources, including government grants and private sector donations.

Total Expenses: Relate to salary and non-salary costs of periodicals. It includes cost items such as editorial and design, production and printing, fulfillment and invoicing, marketing and promotion, cost of sales of advertising and cost of postage and delivery.

Total Annual Circulation: The sum of the periodicals distributed to consumers, during the fiscal year, for all issues of periodicals published in Canada.

Total Circulation Per Issue: The sum of the periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical published in Canada.

Average Circulation Per Issue: The sum of the periodicals distributed (net of returns) for a typical issue of each periodical published in Canada divided by the total number of periodicals.

Tirage payé: Cette expression s'applique aux périodiques qui se vendent à intervalle régulier, au numéro ou par abonnement.

Tirage non payé: Cette expression s'applique aux périodiques distribués gratuitement à intervalle régulier à des consommateurs généralement choisis par des maisons d'édition.

Périodique payé: Un périodique est considéré comme étant payé si 50 % ou plus de son tirage total par numéro est payé.

Périodique gratuit: Un périodique est considéré comme gratuit si moins de 50 % de son tirage total par numéro est payé.

Recettes totales: Les recettes totales comprennent les recettes publicitaires (moins les coûts d'encadrement), les ventes au numéro (moins les frais de distribution), les ventes par abonnement (moins les coûts d'encadrement), les ventes de numéros déjà parus ou réimprimés, les ventes de produits et services connexes (cotisations de membres, vente et location de listes) et les recettes provenant d'autres sources, notamment les subventions de l'État et les dons du secteur privé.

Dépenses totales: Cette expression désigne les dépenses salariales et non salariales qu'engage l'édition d'un périodique, par exemple les frais de rédaction et de conception, les coûts de production et d'impression, les frais des services d'abonnement et de facturation, les coûts de promotion et de commercialisation, les frais liés à la vente de publicité et les frais d'affranchissement et d'envoi des périodiques.

Tirage total annuel: Cette expression désigne la somme des exemplaires des périodiques distribués aux consommateurs pendant l'année financière, pour tous les numéros des périodiques édités au Canada.

Tirage total par numéro: Cette expression désigne la somme des exemplaires du numéro typique qui ont été distribués (moins les numéros retournés) pour chaque catégorie de périodique édité au Canada.

Tirage moyen par numéro: Cette expression désigne la somme des exemplaires du numéro typique qui ont été distribués (moins les numéros retournés) pour chaque catégorie périodique édité au Canada, divisée par le nombre total de périodiques.

Periodical Content Categories

Arts and Culture

Crafts
Arts
Cinema
Literary Criticism
Dance
Literature
Music
Photography
Poetry
Theatre

Science and Technology

Agriculture
Energy
Forestry
Computers
Building Materials
Medical Sciences
Technology
Engineering
Transportation
Natural Sciences

Catégories de contenu des périodiques

Arts et culture

Artisanat
Arts
Cinéma
Critique littéraire
Danse

Littérature
Musique
Photographie
Poésie
Théâtre

Sciences et technologie

Agriculture
Énergie
Foresterie
Informatique
Matériaux de construction
Sciences de la santé
Technologie
Ingénierie
Transports
Sciences naturelles

News and Leisure

News
Outdoor Life
Animals
Cooking
Decorating
Cars
Military
Humour
General Interest
Gardening
Youth/Children
Games
Fashion
Nutrition
Hobbies
Radio and Television
Home Renovations
Sports
Travel
Special Interest Group
Ethnic
Women's
Men's

Human Sciences

Anthropology
Archeology
Library Science
Communication
Criminology
Law
Ecology
Education
Feminism
Geography
History
Philosophy
Psychology
Child Rearing
Religion
Health
Sociology
Economics
Linguistics
Political Science

Actualité et loisirs

Actualité
Activités de plein air
Animaux
Art culinaire
Arts décoratifs
Automobiles
Domaine militaire
Humour
Intérêt général
Jardinage
Jeunesse
Jeux
Mode
Nutrition
Passe-temps
Radio et télévision
Rénovation du foyer
Sports
Voyages
Groupes d'intérêts spécialisé
Ethnique
Féminin
Masculin

Sciences humaines

Anthropologie
Archéologie
Bibliothéconomie
Communication
Criminologie
Droit
Écologie
Éducation
Féminisme
Géographie
Histoire
Philosophie
Psychologie
Puériculture
Religion
Santé
Sociologie
Économie
Linguistique
Sciences politiques

Business

Commerce
Accounting
Management
Marketing
Advertising
Printing

Affaires

Commerce
Comptabilité
Gestion
Commercialisation
Publicité
Imprimerie

ORDER FORM

Statistics Canada



Marketing Division
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and
Purchase Orders only.
Please do not send confir-
mation. A fax will be treated
as an original order.

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

☐ Please charge my: ☐ VISA ☐ MasterCard

Card Number _____

Signature _____

Expiry Date

☐ Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the
Receiver General for Canada - Publications.

☐ Purchase Order Number _____

(Please enclose)

Authorized Signature

[illegible]

► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada – Publications.

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238



THANK YOU FOR YOUR ORDER!

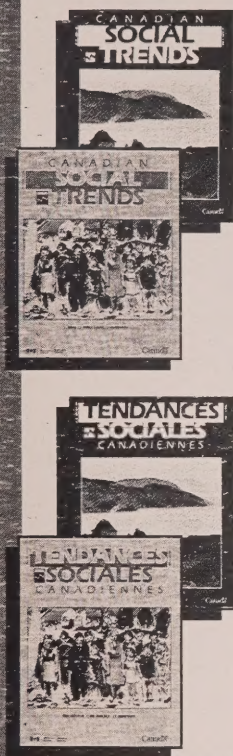


Statistics Canada / Statistique Canada

Canada

*Don't let the changing world
take you by surprise!*

*Ne soyez pas dépassé
par les événements!*



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

***Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.**

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

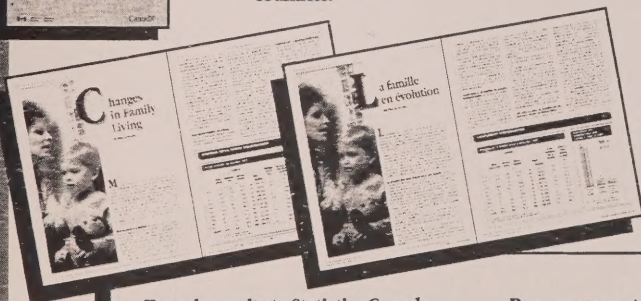
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



To order, write to Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard.



Statistics
Canada

Statistique
Canada

**PUBLICATIONS
OF THE CULTURE STATISTICS
PROGRAM**

**PUBLICATIONS
DU PROGRAMME DE LA STATISTIQUE
DE LA CULTURE**

Quarterly Bulletin – Bulletin trimestriel

Focus on Culture	87-004	La culture en perspective
------------------	--------	---------------------------

Annual Statistics – Statistiques annuelles

Sound Recording	87-202	L'enregistrement sonore
Periodical Publishing	87-203	L'édition du périodique
Film and Video	87-204	Le film et la vidéo
Public Libraries	87-205	Les bibliothèques publiques
Government Expenditures on Culture	87-206	Les dépenses publiques au titre de la culture
Heritage Institutions	87-207	Les établissements du patrimoine
Television Viewing	87-208	L'écoute de la télévision
Performing Arts	87-209	Les arts d'interprétation
Book Publishing	87-210	L'édition du livre
